کتاب‌شناسی توصیفی

دین و رسانه

(فارسی - انگلیسی)

عیسی زارعی

بسم الله الرحمن الرحیم

کتاب شناسی توصیفی دین و رسانه (فارسی ـ انگلیسی)

نویسنده:

عیسی زارعی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

کتاب شناسی توصیفی دین و رسانه (فارسی _ انگلیسی)

مشخصات کتاب

سرشناسه : زارعی، عیسی، ۱۳۵۶ -

عنوان و نام پدیدآور : کتابشناسی توصیفی دین و رسانه(فارسی- انگلیسی)/عیسی زارعی.

مشخصات نشر : قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری : ۱۶۸؛ ۱۰۸ص.

فروست : مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما؛ ۱۶۷۶

شابک : ۴۵۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴۱-۸۳-۵

وضعیت فهرست نویسی : فاپا

یادداشت : نمایه.

موضوع : رسانه های گروهی و دین -- کتابشناسی

شناسه افزوده : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

رده بندی کنگره : Z۵۶۳۰/ز۲ک۲ ۱۳۹۰

رده بندی دیویی : ۰۱۶/۳۰۲۲۳

شماره کتابشناسی ملی : ۲۳۶۸۶۵۶

ص:۱

فهرست مطالب

دیباچه

ص:۳

دیباچه

امروزه ایران، عرصه کشاکش عمومی جامعه با تهدیدهای نرم دشمنان ملت شده و این رویارویی، بر مهم ترین ابزار جنگ نرم، یعنی رسانه ها متکی است. در این میان، با توجه به بن مایه های عمیق دینی جامعه ایرانی، هدف و اولویت نخست، فرهنگ و مذهب این مردم است. در چنین فضای جنگ رسانه ای که دشمن راه دست یابی به هدف های سیاسی و اقتصادی خود را در تضعیف و تزلزل دین، ایمان و اعتقادات مردم می داند، پژوهش های دینی در حوزه رسانه اهمیت بسزایی یافته اند.

نظریه پردازان غربی همواره برای فردی نمایاندن دین و سکولاریزاسیون جامعه کوشیده اند و به همین دلیل پژوهش های دینی رسانه با توجه به درجه اهمیتش در مطالعات عصر گذشته، فراموش شده است. خوشبختانه در دو دهه اخیر و پس از پایان جنگ تحمیلی، مجموعه فعالیت های پژوهشی نورسته در این حوزه، جان دیگری یافته و تاکنون، کمیّت و کیفیت روزافزونی داشته است.

به منظور پاسخ گویی به نیاز پژوهشگران عرصه دین و رسانه، مجموعه کتاب شناسی توصیفی دین و رسانه (فارسی ــ انگلیسی) به کوشش آقای عیسی زارعی

ص:۵

در سه حوزه کتاب، مقاله و پایان نامه، تهیه شده است. امید است تلاش گران رسانه ای با بهره گیری از این کتاب ارزشمند بتوانند راه رسیدن به هدف تحقق رسانه ای دینی را هموارتر سازند و کارکردهای دینی رسانه را نیز روزبه روز بر جهانیان آشکارتر کنند.

گروه هنر، ارتباطات و رسانه

اداره کـل پژوهش

پیش گفتار

ص:۶

پیش گفتار

ارتباط دوسویه دین و رسانه، قدمتی دیرینه دارد. در این تعامل، گاه رسانه های جمعی، در میان مردم با پرداختن به متون و آموزه های دینی، مشروعیت یافته اند و گاه دین برای اشاعه و تبلیغ خود، از امکانات ویژه وسایل ارتباط جمعی، بهره برده است.

مطالعه نقش رسانه در اشاعه دین و در مقابل، نقش دین در برقراری آسان رابطه میان مردم و رسانه، سال هاست که در علوم اجتماعی، علوم ارتباطات، مطالعات فرهنگی و دینی جایگاهی مهم یافته است. با ظهور رسانه های جدید و نظیریه های ارتباطی خاص آنها و البته بنا بر شرایط اجتماعی هر دوره، نگاه های تازه ای درباره تعامل دین و رسانه شکل گرفته است. از یک سو، اندیشمندان ارتباطات، ارتباط متقابل این دو حوزه مهم اجتماعی را مطالعه کرده و از دیگر سو، پژوهشگران حوزه دین نیز با تبیین سازوکار فن آوری های نوین ارتباطی، می کوشند میان این دو رابطه ای مؤثر برقرار کنند و در نهایت، مفاهیم دینی را با استفاده از رسانه های نو درست و روشن انتقال دهند. همچنین تجربه های ارزشمند رسانه ها در موضوع رسانه دینی و به ویژه تجربه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، می تواند برای مخاطبان و پژوهشگران، جذاب و آموزنده باشد.(۱)

۱- جوادی یگانه، محمدرضا و حمید عبداللهیان، دین و رسانه، صص الف ــ ط.

حقیقت این است که پیشینه پژوهش های نظری در حوزه ارتباط دین و رسانه، در مقایسه با دانش های منفرد هر یک از این دو، هنوز در ابتدای راه قراردارد و نیازمند پژوهش های جامع تری است. چنان که به همت پژوهشگرن هر روز بر حجم کتاب ها و مقاله های این حوزه افزوده می شود. نخستین گام در هر پژوهش، مراجعه به منابع مرتبط و به ویژه کتابشناسی های موضوعی است. نویسنده ای که تحقیق و تألیف وار با کتابشناسی آشنا باشد، ثمره کارش سودمند و کارآمد خواهد بود.(۱)

کتاب شناسی یا کتاب نامه، معادل واژه انگلیسی «بیبلیوگرافی» و به معنای تشریح، تفسیر، توصیف و بررسی کتاب است. درباره اهمیت و ضرورت کتاب شناسی سخن بسیار گفته شده، ولی آنچه مهم می نماید، اینکه کمتر پژوهشی بدون تکیه بر منابع و آثار پیش نگاشته در آن زمینه، صورت گرفته است. کتاب شناسی به تعیین موضوع و حدود آن نیز کمک می کند. از همین رو، پس از انتخاب موضوع پژوهش، اساسی ترین مسئله، مراجعه به منابع برای گردآوری اطلاعات است. بنابراین، هر پژوهشگری برای سامان دادن به پژوهش خود به مطالعه و بازبینی همه آثار مربوط به موضوع موردنظر نیاز دارد. آگاهی از آنها افزون بر افزایش غنای پژوهش، از به هدر رفتن فرصت ها و دوباره کاری ها پیش گیری می کند.(۲)

اثر حاضر کوششی است به منظور معرفی توصیفی و ارائه چکیده های راهنما برای منابعی که با موضوع دین و رسانه در ارتباط هستند. منظور از رسانه، حوزه رسانه های گروهی شامل تلویزیون، رادیو، سینما، تئاتر، مطبوعات، ارتباطات و تبلیغات بوده است. این مجموعه در سه بخش کلی

۱- اسفندیاری، محمد، کتابشناخت: کتابشناسی روحانیت، روشنفکری...، صص ۹ ـ ۱۴.

۲- افشار، ابراهیم، دایرهالمعارف کتابداری و اطلاع رسانی، ص ۱۵۵۹.

شامل کتاب ها، مقاله ها و پایان نامه ها تدوین یافته است. کتاب ها و منابع، بی واسطه معرفی و توصیف شده اند، بدین صورت که یکایک منابع بررسی و از هر یک از آنها دورنمای محتوایی و موضوعی اثر آورده شده است. همچنین در اقدامی بدیع، کتاب هایی که به زبان انگلیسی در حوزه دین و رسانه تاکنون منتشر شده اند، در بخشی جداگانه معرفی شده اند.

در پایان همه کسانی را که در گردآوری و بررسی منابع مجموعه حاضر مرا یاری کرده اند، سپاس می گویم. به ویژه لازم است از خانم فاطمه محمدی که در تهیه نمایه پایان کتاب همکاری نمودند تشکر و قدردانی نمایم. نمایه پایانی که به صورت موضوعی تنظیم شده است، به خوبی می تواند محققان را در یافتن منابع مفید، کمک نماید.

امید است پژوهشگران حوزه دین و رسانه، از این مجموعه بهره مناسب برگیرند.

کتاب ها

ص:۹

استون، برایان پ[(۱)](#)، مفاهیم مذهبی و کلامی در سینما،[(۲)](#) ترجمه: امید نیک فرجام، ویراستار: اکرم السادات ساکت، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۳، ۱۸۶ صفحه، وزیری.

در جوامع امروزی، هیچ فرد، سازمان، نهاد یا قدرتی نیست که در شکل دادن و تقویت ایمان و ارزش ها بتواند با قدرت تلویزیون و سینما رقابت کند. بر این اساس، باید هم قدرت و ظرفیت تصاویر را شناخت و هم ابزار کاوش و نقد این تصاویر و موقعیت های آن را دریافت. یکی از تلویح های این امر، آن است که رابطه سینما و الهیات، فقط در این نیست که الهیات از فیلم، برای تصویر کردن یا پیشبرد آرای خود استفاده کند، بلکه باید با بر عهده گرفتن مسئولیت های بیشتر، به بررسی ادعاهای مذهبی آن پرداخت و آن را به نقد کشید. خلاصه آنکه: میان الهیات مسیحی و سینمای عامه پسند، باید گفت وگوی دینی ــ مذهبی برقرار شود. این کتاب برای به تصویر کشیدن مفاهیم بنیادین الهیات و چگونگی رخ نمودن آنها در فرهنگ عامه، از فیلم های معروف و جمله هایی از اعتقادنامه رسولان بهره گرفته است. نگارنده در این گفت و شنود جذاب میان دین و سینما، حضور قلب کشیش، نگاه تیزبین ناقد سینما و ذهن دقیق عالِم الهیات را در هم می آمیزد. او از ما دعوت

۱- Ston,Bryan P.

۲- Faith and Film: theological themes at the cinema.

می کند با نگاهی نقادانه، به باورها و تعهدهای خود و به پرسش های مربوط به خدا و ایمان بپردازیم که در فیلم های معاصر نیز مطرح است.

استوت، دانیل (ویراستار)، برگزیده دانشنامه دین، ارتباطات و رسانه، ترجمه: گروه مترجمین، به کوشش: سید حمیدرضا قادری، تهیه شده در مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، قم، دفتر عقل، ۱۳۸۸، ۳۸۶ صفحه، وزیری.

ارتباطات، شرط لازم دین است؛ جوهره عبادت، خطابه، مناسک و رفاقت دسته جمعی است. با این وجود مطالعه آکادمیک دین و ارتباطات جدای از یکدیگر بوده اند و پل های معرفت شناختی اندکی بین آنها وجود داشته است. در نتیجه تنها یک حوزه خاص نمی تواند به کاوش درباره وجوه مشترک دین و ارتباطات بپردازد. این موقعیت منجر به تلاش های جدیدی در راستای پا گذاشتن فرای مرزهای علوم، به منظور فهم بهتر دین در عصر حاضر شد. بدین لحاظ دانشنامه حاضر که برگزیده ای از کتاب اصلی است، در درجه اول ترکیبی از اطلاعات سطوح مختلف اجتماعی، گروهی، بین فردی و درون فردی ارتباطات در قالب منبعی واحد است و می کوشد تا ابعاد بسیار وسیع تعاملات بین دین و جامعه در جهان پست مدرن و لبریز از تکنولوژی های جدید اطلاعاتی و ارتباطی را با رویکردی بین فرهنگی بکاود. برخی از مدخل های کتاب عبارتند از: ارتباطات غیرمقدس، ارتباطات مقدس، بنیادگرایی، تبشیرگری تلویزیون، تساهل، جهاد، رسانه ها در اسرائیل، سانسور، مذاهب بومیان امریکا، مساجد، معجزه ها، معرفت شناسی، نظریه تاثیرات رسانه ها، نقاشی، نشانه شناسی، هتک حرمت، هرزه نگاری، بت پرستی، اینترنت و محیط مجازی، اسطوره ها، اسلام، ادبیات دینی، ادبیات سکولار، رمان ها، شعر، فیلم، مجسمه سازی، مجلات، مخاطب، درام و...

اسفندیاری، عبدالله، سینما در حوزه معارف دینی، تهیه کننده: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۲۴ صفحه، جیبی.

برخی از صاحب نظران عرصه سینما، مبحث «دین و سینما» را بی حاصل می دانند؛ زیرا «سینمای دینی» را در اصل، موجود نمی دانند و اضافه شدن صفت «دینی» به سینما را، کاری توهمی و زائد می شمارند. آنها می گویند سینما هنر است و هنر خود، تجلی آفرینندگی و لطافت روح بشری است و در ذات هنر، خلیفه اللهی انسان بروز می کند. به همین دلیل، هنر خود، هم عرض دین، بلکه برتر از آن است. مجموعه حاضر، از سلسله مبحث های مطالعات کاربردی هنر است که سینما را به عنوان بخشی از حوزه های معرفت دینی، بررسی می کند. البته این مجموعه، مقاله ای است که به شکل کتاب منتشر شده است.

افتخاری، اصغر (گردآورنده)، سیره تبلیغی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله (درآمدی بر سیاست تبلیغی اسلام در عصر ارتباطات)، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۷، ۱۴۸ صفحه، رقعی.

پرسش از چیستی «تبلیغ در اسلام»، موضوعی است که هم از لحاظ تاریخی و هم از لحاظ علمی دارای اهمیت است. بی تردید، پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله با در پیش گرفتن یک سیره تبلیغی منسجم، توانست دستورها و ایده های ناب و زلال الهی را به گوش مردم برساند و از این راه، نخستین گام ها را در اجرای رسالت خطیر خود بردارد. کتاب حاضر که در چهار فصل تدوین یافته، به موضوع تبلیغات در اسلام و آسیب شناسی آن با تأکید بر سیره و سنّت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می پردازد. «تبلیغات در عصر حاضر» عنوان فصل اول این اثر است که در آن، معانی تبلیغ و اهداف و موانع آن مطرح می شود. نویسنده در فصل دوم «ویژگی ها و اصول تبلیغات اسلامی» را شرح و بیان می کند. فصل سوم نیز با عنوان «حاصل پیام در تبلیغ اسلامی»، زیر بخش هایی چون

کـار گزاران تبلیغـاتی در سـیره نبوی، مراکز و امـاکن تبلیغـاتی، حوادث تـاریخی و اغتنـام فرصت های تبلیغاتی و تاکتیک های سیاسـی و اهداف تبلیغاتی را دربرمی گیرد. «آسـیب شناسـی تبلیغ اسـلامی»، عنوان مبحث پایانی کتاب است که موضوع هایی مانند آسـیب شناسـی محتوایی تبلیغ اسـلامی، خلط تبلیغ اسلامی با تبشیر دینی، و تبلیغ اسلامی یا انقلاب اسلامی را بررسی می کند. نمایه ای از آیات و روایات نیز در پایان کتاب آمده است.

ایدرم، حسن، سـینما در آیینه یوسف علیه السـلام ، چاپ اول، تهران، پژوهشـگاه فرهنگ و هنر اسلامی، (حوزه هنری)، ۱۳۷۹، ۲۵۶ صفحه، رقعی.

قصه حضـرت یوسف علیه السـلام در قرآن، زیباترین قصه توصیف شده است. این قصه آیینه ای است که در آن می توان همه قصه ها را دیـد و به ارزش و اعتبار و زیبایی های آن پی برد. قابلیت های قصه یوسف تا حدی است که می توان در آن سـینما را دیـد و با روش تطبیقی به نقـد فیلم پرداخت. یکی از نابسامانی های نقادی فیلم، نبود الگوی جامع و مـدینه فاضـله سـینمایی است که منتقـد بتوانـد آن را در کـار خود محـک قرار دهـد. الگوی قصه یوسف بـا جامعیتی که دارد، می توانـد همان الگوی کامل باشد. کتاب حاضر در چهار مبحث کلی شامل شناخت کلی قصه، شناخت محتوایی قصه، شناخت پرداخت قصه و تطبیق و نقد چند اثر سینمایی به این مهم پرداخته است.

ایلخانی پور، علی و امیـد عبـداللهی، درآمدی بر جنگ رسانه ای: ابزارها و راهکارهای مقابله با آن، تهیه کننده: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، قم، دفتر عقل، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۱۳۶ صفحه، رقعی.

جنـگ روانی، به بـاور برخی کارشـناسان به مراتب کارآمـدتر و اثرگـذارتر از جنگ فیزیکی است. هـدف در این نوع جنگ، ایجاد تحول ذهنی و به تعبیر دیگر، تبدیل روحیه مقاومت به تسلیم و پذیرش رضامندانه است.

ص:۱۴

به کارگیری جهت دار رسانه های گروهی برای اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم بر مخاطبان، از ابزارهای اصلی جنگ روانی به شمار می رود، به گونه ای که برخی، جنگ روانی را جنگ رسانه ای می دانند که برای القای دیدگاه های سیاسی، ایجاد بحران و آشوب های اجتماعی و تحریف واقعیت از آن استفاده می کنند.

در این میان، صاحبان رسانه های سلطه گر، اندیشه هایی همچون مصرف گرایی، فردگرایی افراطی، خشونت طلبی و از خود بیگانگی را در کشورهای جهان سوم گسترش می دهند تا فضا را برای سلطه جدید استعمارگران آماده سازند.

کتاب نام برده، جنبه های مختلف نظری و عملی جنگ روانی و رسانه ای غرب علیه اسلام و نظام جمهوری اسلامی ایران را بررسی می کند. این پژوهش که در چهار فصل تنظیم شده، در فصل اول به تبیین و تشریح جنگ روانی و رسانه ای می پردازد و در فصل دوم، درباره ابزارهای جنگ رسانه ای در بخش رادیو و تلویزیون و ماهواره بحث می کند. در این قسمت با برشمردن انواع ایستگاه های رادیویی و شبکه های تلویزیونی فارسی زبان که غرب و امریکا با هدف تخریب و تضعیف ایران و اسلام به راه انداخته اند، هدف ها و رویکردها و آسیب های این شبکه ها را بیان می کند.

نویسنده در فصل پایانی کتاب نیز، راهکارهای مقابله با تهاجم رسانه ای را عواملی چون افزایش کّمی و کیفی برنامه های داخلی، تقویت باورهای دینی مردم و اصلاح رویکرد رسانه به دین، افزایش سواد رسانه ای مردم، لزوم اعتمادسازی و ساخت ماهواره اسلامی می داند.

بابازاده، علی اکبر، شیوه های تعلیم و تبلیغ، قم، دانش و ادب، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۳۰۳ صفحه، وزیری.

تبلیغات، در اسلام جایگاه و اهمیت ویژه ای دارد. بدین سبب، شناخت شیوه های نوین و امروزی تبلیغ، امری ضروری به نظر می رسد؛ راهکارهای

علمی و سودمندی که مبلّغان دینی با توسل بدان ها، می توانند بهتر و کار آمدتر به وظیفه دینی و الهی خویش عمل کنند. مجموعه حاضر که مطالبی در زمینه شیوه های تعلیم و تبلیغ دربردارد، در شش بخش تنظیم شده است. نویسنده در بخش اول ارزش و اهمیت تبلیغ و جایگاه مبلّغ؛ نقش تبلیغات در دنیای معاصر؛ مسئولیت جهانی بودن اسلام و مسائلی از این دست را بیان می کند. برای تبیین جایگاه تبلیغ نیز، از آیات قرآن و سیره معصومان علیهم السلام مدد می گیرد. او «اهداف و آثار تبلیغ» را در بیداری فطرت، ابلاغ احکام، رشد فکر و فرهنگ و مبارزه با انحرافات جست وجو می کند و بخش دوم را به این موضوع اختصاص می دهد. «نقش هنر در تبلیغ»؛ «برنامه ریزی در تبلیغ»؛ «ویژگی های مبلّغ»؛ «روش های تبلیغ صحیح»؛ و «انواع تبلیغ»، از جمله موضوع هایی هستند که در بخش های بعدی بدان ها پرداخته می شود و البته در بیان هر موضوع، جنبه های آن را نیز تحلیل و برای شناسایی احکام اسلام در زمینه تبلیغ، به شماری از آیات و روایات استناد می کند.

بارسوتی، کاترین ام(۱) و رابرت کی جانستن،(۲) جست وجوی نگره های دینی در سینما: ۳۳ فیلم از سینمای دینی،(۳) بر گردان: مهناز باقری، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۳۸۸ صفحه، رقعی.

رابطه دین و سینما یا حضور دین در سینما، از موضوع های بحث برانگیز گذشته این صنعت تاکنون بوده است. اینکه آیا واقعیتی به نام سینمای دینی داریم یا نه و یا مفاهیم دینی چگونه در فیلم های سینمایی تجلی می یابند، گفت وگوهای زیادی را به خود اختصاص داده است. این کتاب می کوشد که مضمون های دینی و کلیسایی را در فیلم ها کشف و استخراج کند. بنابراین،

۱- Barsotti,Catherine M.

۲- Johnston,Robert K.

۳- Finding God in the Movies:۳۳ Film of reel faith, c۲۰۰۴.

مفاهیم مذهبی ای که در این گونه فیلم ها مطرح می شوند، بیشتر مفاهیم مسیحی هستند و از دیدگاه معتقدان به کلیسا، به این موضوع ها می پردازد. در واقع این اثر به منظور آشنایی ساختن مسیحیان با فیلم های دینی و به قول نویسنده برای جست وجوی خدا در سینما نگاشته شده است. البته این مبحث ها، می تواند فیلم سازان مسلمان را نیز در استفاده از مفاهیم مذهبی خودشان یاری رساند. عنوان های برخی از فیلم هایی که در این کتاب بررسی شده اند، عبارتند از: زندگی زیباست؛ ما سرباز بودیم؛ شهر اشباح؛ بخشش های محبت آمیز؛ پیام های آتش؛ شکلات؛ سومین معجزه و... .

باهنر، ناصر، رسانه ها و دین: از رسانه های سنتی اسلامی تا تلویزیون، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، چاپ دوم، ۱۳۸۷، ۲۵۲ صفحه، وزیری.

تبدیل رسانه های سنتی به رسانه های نوین و به تعبیر دیگر، ایجاد قالب های جدید رسانه ای برای تبلیغ دین، نه تنها لزوماً به معنای سنت زدایی نیست، بلکه می تواند موجب ترویج و تقویت اهداف سنتی با شیوه های جدید باشد. در جهانی که هر لحظه به طور فزاینده، به ارتباطات الکترونیکی و رسانه ها وابسته تر می شود، توجه به رابطه رسانه و دین، از دو جنبه مهم است: جنبه نخست، متوجه رهبران دینی است و جنبه دوم، به وظایف خطیر سیاست گذاران رسانه های گروهی مربوط می شود. کتاب حاضر که برگزیده ای از رساله دکترای نویسنده است، پنج فصل دارد. فصل اول با عنوان «نوگرایی و همگرایی در فرهنگ و ارتباطات» درباره سه نظریه: نوسازی لرنر، هم گرایی پرفسور حمید مولانا و نظریه مک لوهان بحث و فرآیند ارتباطات دینی در عصر نوگرایی را بررسی می کند.

ص:۱۷

فصل دوم به بررسی اجمالی رسانه های سنتی دینی در ایران، با استفاده از شیوه های اِسنادی و تاریخی می پردازد و عناصر ارتباطی مبحث هایی چون مدارس علوم دینی؛ رسانه تعزیه؛ مجالس روضه خوانی و... را تحلیل می کند.

فصل سوم «تلویزیون و دین در ایران» نام گرفته و در زمینه برنامه های دینی تلویزیون و دیگر رسانه های دینی بحث و بررسی کرده است. در فصل چهارم «تجربه و دیدگاه مسیحی ـ غربی به تلویزیون دینی» مطرح و واکاوی شده و به مسائلی همچون ظهور کلیسای الکترونیک؛ اشکال کلیسای الکترونیک؛ رسانه ها از دیدگاه واتیکان و... پرداخته است.

فصل پایانی جنبه ای تحلیلی دارد و با استفاده از نتایج بحث های پیشین، به دنبال دیدگاهی مطلوب در فرهنگ و ارتباطات دینی ایران است تا بتواند، اصول تحقق مطلوب آموزش دین از طریق وسایل ارتباط جمعی نوین را تبیین کند.

بجاری، جعفر، تبلیغ، قم، نورالنور، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۱۹۷ صفحه، رقعی.

شیوه های تبلیغ دینی که در رأس آن اخلاق و رفتار صالح مبلّغ جای می گیرد، با شیوه ای تبلیغی غرب تفاوت جوهری دارد؛ چراکه در تبلیغات اسلامی، اخلاص، تقرب الهی و نیت صادقانه، از اصول ضروری مبلّغ است. بی تردید، تبلیغ در اسلام و حرکت در مسیر توسعه فرهنگ دینی؛ پیمودن راهی بزرگ و پرمسئولیت است. در اثر حاضر، درباره آیین سخنوری و راهکارهای تبلیغ دینی، مبحث های مفید و عملی ارائه نموده تا مبلّغان دینی از آنها بهره گیرند. این مجموعه، در ده فصل تنظیم یافته و مطالب عنوان هایی چون معنا و مفهوم تبلیغ؛ اهمیت تبلیغ؛ اهداف تبلیغ؛ ابزارهای تبلیغ؛ روش ها و هنرهای تبلیغ؛ مخاطبان تبلیغ؛ ویژگی های تبلیغ از نگاه کتاب و سنّت؛ اقسام خطابه؛ آسیب شناسی تبلیغ؛ مسجد و ویژگی های مسجد نمونه، فصل های ده گانه کتاب را تشکیل می دهد.

ص:۱۸

بخش اسـناد و اطلاع رسانی معاونت پژوهشـی سازمان تبلیغات اسـلامی و احمـدرضا حیـدری، خلاصه مقالات تبلیغ و تبلیغات منـدرج در مطبوعات جهموری اسـلامی ایران سال های ۱۳۵۹ الی ۱۳۶۷، تهران، مرکز چاپ و نشـر سازمان تبلیغات اسـلامی، چاپ اول، ۱۳۷۰، ۲۵۶ صفحه، وزیری.

ضرورت تبلیغات اسـلامی در عصـر حاضر، بر مبلّغان راستین اسلام و مسئولان امر تبلیغ آشکار است. همچنین، مطالعه و تحقیق درباه جنبه های گوناگون تبلیغات و بررسـی دیدگاه ها و نظرات نویسندگان و صاحبان دستگاه های تبلیغاتی، از ضروری ترین مراحل موفقیت در تدوین استراتژی تبلیغاتی کشور به شمار می آید.

مجموعه حاضر در چهار بخش کلی، خلاصه ای از ۹۲ مقاله درج شده در مطبوعات ایران را ارائه می کند. بخش اول «تبلیغ و تبلیغات در اسـلام و جمهوری اسلامی ایران» نام گرفته و مبحث هایی چون تبلیغات سیاسی بعد از انقلاب؛ پیرامون روش تبلیغ؛ تحلیلی از رهنمودهـای امـام امت پیرامون تبلیغـات؛ نقش تبلیغاتی انواع هنر؛ تبلیغات در اسـلام؛ رسالت تبلیغ در انـدیشه شـهید مطهری و... را بررسی می کند.

«تبلیغـات و رسانه های گروهی در جهان» عنوان بخش دوم کتاب است و مقاله هاییماننـد نقش رسانه های گروهی در جهان سوم؛ امپریـالیسم خبری؛ انقلاب اسـلامی و رسـانه هـای صـهیونیستی؛ ارتباطات بین الملل؛ وسایل ارتباط جمعی امریکا و... را دربرمی گیرد.

«تبلیغـات تجـاری»، و «مصـاحبه بـا مسـئولان درباره رسانه های گروهی و تبلیغات» نیز موضوع هایی هسـتند که مطالب آنها دو بخش پایانی کتاب را تشکیل می دهند.

بشـیر، حسن (گردآورنده)، تعامل دین و ارتباطات، تهران، پژوهشـکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی و مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق علیه السلام ، چاپ اول، ۱۳۸۷، ۲۷۸ صفحه، رقعی.

تعامل دین با همه جنبه های فردی و اجتماعی، ناشـی از حضور گسترده و توان مندی دین در تأثیرگذاری بر جنبه های مختلف زندگی انسانی است. از

سوی دیگر، ارتباطات، روح تجلی یافته ویژگی های فردی و اجتماعی انسان در بُعد اجتماعی است. به عبارت دیگر، ارتباطات حلقه وصل انسان با جهان است. این حلقه می تواند میان انسان و خدا، انسان با خود، انسان و طبیعت، انسان و انسان به وجود آید و نوعی از ارتباطات را محقق سازد. در حقیقت، دین در جوهره خود، مقوله ای ارتباطی است. بر این اساس، دین نه تنها ارتباط است، بلکه عرصه ارتباطات نیز، در واقع جدا و بی ارتباط با مقوله های دینی در طول تاریخ انسانی، نبوده است.

مجموعه حاضر، مقاله هایی از نویسندگان مختلف دربردارد که در سه بخش کلی تدوین یافته اند. بخش اول با عنوان «شیوه های فرهنگی و ارتباطی اسلامی»، درباره شیوه های فرهنگی ـ ارتباطی پیامبر صلی الله علیه و آله در عهد مکّی؛ ارتباطات میان فرهنگی در دهه های نخستین اسلامی؛ و سیر اندیشه تبلیغ از امام خمینی رحمه الله تا آیت الله خامنه ای بحث می کند. در بخش دوم کتاب با نام «ارتباطات اجتماعی و نظام اسلامی»، مقاله هایی مانند نقش اجتماعی رسانه ها در نظام اسلامی معاصر؛ جستاری در فقه ارتباطات؛ و تعامل دین و رسانه از دیدگاه حقوق مطرح شده است.

بخش سوم «ارتباطات در جوامع اسلامی و مسیحی» نام گرفته و مقاله هایی چون: ارتباطات در جامعه اسلامی متکثر فرهنگی؛ برنامه های دینی تلویزیون و دریافت مخاطبان؛ و تبلیغات تجاری و اوانجِلیسم به مثابه کالا، را در خود جای داده است.

بنیاد فرهنگی فاطمه الزهرا، صدا و سیما در کلام مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول، ۱۳۷۳، ۱۳۴ صفحه، رقعی.

یکی از ویژگی های جمهوری اسلامی ایران در میدان پیکار با رسانه های استکباری جهان، این است که رسانه حساس و تأثیرگذار صدا و سیما در

سـایه تـدبیرها و رهنمودهـای هوشـمندانه و پرکرامت رهبری اداره می شود که به جرئت می توان گفت، در میـان همه صاحب نظران و اندیشه ورزان آگاه جهان، جایگاهی والا و ممتاز را به خود اختصاص داده است. بدین ترتیب، کتاب یادشده مجموعه به نسـبت کـاملی از رهنمودهـای مقـام معظم رهبری در زمینه حساسـیت و اهمیت صـدا و سـیما؛ لزوم تنـاسب آن با شـئونات و ارزش های انقلاب؛ ضـرورت رعایت موازین اسلامی در کلیه برنامه ها؛ استفاده از هنرمندان مسلمان در برنامه سازی و رسالت خطیر این رسانه را دربردارد.

بنیانیان، حسن، رسالت امام جمعه و کاربرد هنر در تبلیغ، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، ۷۸ صفحه، پالتویی.

هنر و دانش تبلیغـات در جهـان امروز، می توانـد به عنوان پشـتوانه هنر دینی، در گسترش فرهنگ دینی نقش مهم ایفا کنـد. از سویی بـا توجه به جایگـاه والای نمـاز جمعه و ائمه جماعـات در جـامعه مـا، در صورتی که این گونه حرکت هـای عبـادی از ظرفیت های دانش تبلیغات بهره مند شود، جذابیت و تأثیرگذاری آن بیشتر خواهد شد. نوشـتار حاضـر، متن سخنرانی ایرادشده در یکی از سـمینارهای منطقه ای ائمه جمعه به سال ۱۳۸۶ را دربردارد. تبیین مبحث هایی چون گرویـدن به نگاه علمی در امر تبلیغ، حمـایت از هنر دینی، بهره برداری از دسـتاوردهای پرنفوذ هنرمنـدان، تعمیق و گسترش فعـالیت هـای مؤثر فرهنـگ سـاز عرصه تبلیغات دینی که در شـرایط بسیار پیچیده و ویژه که به واسطه تهاجم فرهنگی پدید آمده اند، فرآیندهای ناگزیر جهانی سـازی فرهنـگ، نسـبت هنر و هنرمنـدان بـا ائمه جمعه و نهـاد امـام جمعه، و به طور کلی کـارکرد دین و فرهنگ در جامعه، از محورهای اصلی این سخنرانی هستند.

پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، سینما از نگاه اندیشه (مقالات دومین هم اندیشی دین از چشم سینما)، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۷، ۲ جلدی، وزیری.

کتاب حاضر، مجموعه مقاله های دومین «هم اندیشی دین از چشم سینما» را دربردارد که با اندیشه طرح مشکلات فرهنگی ـ اجرایی سینما و ایجاد پیوند میان بدنه سینما و نهادهای مذهبی و فکری برگزار شده است. عنوان های برخی از مقاله های ارائه شده در این هم اندیشی عبارتند از: «رمزگذاری دین و زبان نمادین سینما» / غلامرضا جلالی؛ «بررسی چند الگوی دینی سینمای شرّ پرداز»/ حسن ایدرم؛ «مبانی فقهی کاربردی تصویر در سینما» / حسین ناصری؛ «مبانی فقهی صدق و کذب در سینما» / مجتبی الهی خراسانی؛ «نئورئالیسم و رسالت اجتماعی دین»/ عباس عبیری؛ «دین اندیشی و سینما» / محمدرضا مصطفوی؛ «چگونگی تبدیل مفاهیم دینی به نشانه های تصویری» / سید علی ایازی؛ «زیبایی شناسی، سینما، دین» / علیرضا موهبتی؛ «تلاقی فرهنگ ها در سینما» / عباس صالحی؛ «سینما به مثابه پدیده ای در تأویل پدیدارشناختی» / امین اصلانی؛ «سینمای دینی و نگاه مخاطب» / سعید رجحان؛ «نمادهای دینی و سینمایی» / محمد رضایی؛ «هم جواری دین و سینما» / مهدی سجاده چی؛ «نماداندیشی، سینما، دین» / سید محمد حسینی؛ «سینمای انسانی = سینمای دینی» / محمدرضا سلوک ایمانی؛ «چگونگی نزدیک شدن اندیشه دینی به سینما» / محمدجواد عظیمی؛ «توانایی سینما در نمایش چهره اولیا» / محمدسعید محصصی؛ «ویژگی ها و جایگاه مخاطب در سینما و سینمای در پرتو دین» / محمدجواد وارسته.

پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، سینما دین ایران: سینمای دینی از نگاه سینماگران، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۰، ۲۱۵صفحه، خشتی.

مجموعه حاضر، متن گفت وگوهایی است با صاحب نظران، منتقدان و سینماگران که در آنها، درباره رابطه دین و سینما؛ استعلا در سینما؛ سینمای متعال؛ فقه و سینما؛ آسیب شناسی سینمای دینی؛ و ریشه یابی مهم ترین چالش های دین و سینما بحث و پرسش و پاسخ شده است. در این کتاب، درباره پرسش هایی مانند دلالت معنایی سینمای دینی به کدام متغیرهای اعتقادی، اجتماعی و فرهنگی وابسته است؟ نسبت سینما با حوزه فقه و اصول، کلام، عرفان و اخلاق چیست؟ آیا تجربه های انجام شده با عنوان سینمای دینی در ایران، موفق بوده است؟ نسبت سینما با دین در سطوح گوناگونش چگونه ارزیابی می شود؟ و... تبادل نظر شده است.

جانستن، رابرت،(۱) معنویت در فیلم،(۲) ترجمه: فتاح محمدی، ویراستار: اکرم السادات ساکت، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۳، ۳۵۰ صفحه، وزیری.

بر جنبه ها و گستره تأثیرگذاری فیلم های سینمایی چنان افزوده می شود که می توان از آن، به عنوان ابزاری برای انتقال مفاهیم ژرف و متعالی استفاده کرد. به دیگر سخن، فیلم می تواند ایمان را تقویت یا متزلزل کند. اینکه چگونه می توان در فیلم به جست وجوی معنویت بود و سینماگرانی که در این راه گام می نهند، با چه موانع و مشکلاتی روبه رو هستند و چه گرفتاری هایی را پیش رو دارند، پرسشی است که کتاب حاضر می کوشد با بیان نمونه های روشن، به آن پاسخ دهد. گرچه آنچه در کتاب مطرح شده، ترسیمی است از مسائل سینما در امریکا و هالیوود و در حوزه مسائل اجتماعی و رویکردهای دینیِ

۱- Johnston, Robert K.

۲- Reel Spirituality: theology and film in dialogue,c۲۰۰۰.

همان جامعه است، تجربه های باز گوشـده، می توانـد برای اندیشـمندان جامعه دینی عبرت آموز و سودمنـد باشـد. قدرت فیلم؛ تاریخ مختصـر کلیسا و هالیوود؛ رویکرد یزدان شـناختی به نقد فیلم؛ چگونه می توان منتقد فیلم شد؛ و پاسخ فیلم ها از دیدگاه یزدان شناختی، برخی از مبحث های مطرح شده در کتاب هستند.

جباران، محمـدرضا، سـینما در آینه فقه: درس خارج فقه حضـرت آیت الله مروجی، تهران، حوزه هنری، پژوهشـگاه فرهنگ و هنر اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۸.

سینما از مظاهر جدید تمدن انسانی و آخرین هنر جهانی (هفتم) است. با توجه به تأثیرگذاری و روند رو به رشد آن در جوامع اسـلامی، شایسـته است به جایگاه و شـرایط پیروان دین اسـلام و هنرمنـدان مسـلمان در برابر این پدیده بیشتر توجه شود. کتاب حاضـر که درس خـارج فقه آیت الله مروجی را گرد آورده، بـا طرح موضوع هـای مربوط به فیلم، نمـایش و بازیگری، از منظر فقهی و اسـلامی آن را بررسـی کرده اسـت. بـدین ترتیـب کـه نخست مسـئله دروغ و تهمت و تحریـف را از دیـدگاه آیـات و روایـات تبیین می کنـد و سـپس مبحث هـایی چون اختلاـط زنـان و مردان و زوجیت فرضـی؛ شـنیدن صـدای نـامحرم؛ نگاه به نامحرم؛ منظور از لذت و ریبه؛ نگاه کردن به زنان اهل ذمه؛ و ادلّه وجوب پوشش زنان را مدّ نظر قرار می دهد.

جعفری، علی، تبلیغ و جوانان، قم، فلاح، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۲۱۴ صفحه، رقعی.

در اهمیت و جایگاه تبلیغ، همین بس که فلسـفه نبوت به شـمار آمـده و مبلّغ دینی در حقیقت، رسول و فرسـتاده خداوند است؛ چرا که رهنمودهـای پیـامبران را به جـامعه منتقـل می کنـد. اثر حاضـر که در چهـار فصـل تـدوین یافته، اهمیت تبلیغ و رسالت مبلغان در قبال جوانان

ص:۲۴

را تـبیین کرده اسـت. فصـل نخست به «ضـرورت هـای تبلیـغ» می پردازد و در فصـل بعـدی بحث «جوانـان در قرآن و حـدیث» بررسـی شـده است. پس از آن، با طرح موضوع «جوانان در گفتار حضـرت امام خمینی رحمه الله ، مقام معظم رهبری و شـهید مطهری، مطالبی آمده است. در فصل پایانی هم با عنوان «جوانان در قلمرو تبلیغ» مبحث هایی چون جوان و خودشناسـی، شـیوه های جذب جوانان، روش حفظ جوانان پس از جذب آنها و... بررسی و بیان می شود.

جلالـی، غلام رضا، نظریه اخلاقی سـینما، تهیه کننـده: پژوهشـگاه فرهنگ و هنر اسـلامی، تهران، شـرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۶۹ صفحه، جیبی.

نظریـه اخلاقی سـینما، روشـی اسـت کـه بر اسـاس آن می تـوان مشـخص کرد، سـینما به تمـامی از چه ارزشـی در زنـدگی ما برخوردار است و به کدام مسائل ارزشی توجه دارد و اینکه چگونه باید به لحاظ اخلاقی، ارزیابانه با آن برخورد کرد؟ بازتاب های اخلاقی سینما اعم از احساس ترس، اغراق، کینه و شجاعت بر روی مخاطب چیست؟

نوشـتار حاضـر، بخشـی از مسائل و مبحث های نظریه اخلاقی سـینمای غرب را در برخی از فیلم های معاصر و با در نظر داشتن دو جریان سنتی و نوگرا، مطالعه و بررسی کرده است.

جمالی، نصرت الله، فرازی از مسیر تبلیغی امام علی علیه السلام ، قم، مهدیه، چاپ اول، ۱۳۸۰، ۱۳۵ صفحه، رقعی.

به کـارگیری حکمت در امر هـدایت و تبلیغ، یکی از شـیوه هـای ارزشـمندی است که امام علی علیه السـلام در کنار موعظه و مجادله بدان توجه داشـته است. شـناخت روش ها و سـیره عملی آن حضرت، برای مبلّغان امروزی دین که با تبلیغات سهمگین دشمنان اسلام روبه رو هستند، راه گشا خواهد بود.

ص:۲۵

مجموعه حاضـر چگونگی توجه به تبلیغ عملی در سـیره امـام علی علیه السـلام را بـا ذکر نمونه هـای روشن، روایات تاریخی و احادیثی از نهـج البلاغه تبیین می کنـد. تبلیغ تـدریجی؛ ایجاد زمینه تبلیغی؛ رعایت حال بزرگان؛ رسـیدگی به امور مردم؛ تبلیغ اهل بیت و ولایت؛ تبلیغ مظلومانه؛ کلام سنجیده؛ عدم دنیاگرایی؛ استدلال عقلی؛ میانه روی؛ نوآوری؛ و شیطان ستیزی، برخی از موضوع های بررسی شده در کتاب هستند.

جمالی، نصرت الله، اخلاق تبلیغی، قم، مهدیه، چاپ اول، ۱۳۷۹، ۱۷۵ صفحه، رقعی.

تبلیغ، به منظور ارائه اسـلام ناب در مقابل اسـلام انحرافی که با تأثیرپـذیری از انواع خرافه ها و جهل ها دگرگون شده، یکی از هدف های تبلیغاتی اسلام است. اینکه در عصر حاضر از سنّت ها و روش های تبلیغی پیامبران و ائمه علیه السلام ، چگونه برای اشـاعه رسـالت هـای دینی اسـتفاده کنیم، موضوع پژوهش حاضـر است. این کتـاب که از پنـج بخش تشـکیل یـافته، نخست به تاریخچه تبلیغ، سنّت های تبلیغی قرآن و روش تبلیغ پیامبر اکرم و ائمه اطهار علیهم السـلام می پردازد. سـپس روش های تبلیغ گفتاری مانند سـخنرانی و خطابه را تبیین می کند. بخش سوم نیز به روش جذب مخاطبان و پس از آن، شـیوه ارائه منبر، آماده کردن بحث و پیشـگیری از خسـتگی مطالب اختصاص یافته است. نتایـج بررسـی پی آمـدهای مثبت و منفی تبلیغات و به دیگر سخن، مبلّغ و نظارت مردمی مطالب بخش پایانی کتاب را تشکیل می دهد.

جوادی یگـانه، محمـدرضا و حمیـد عبـداللهیان، دین و رسانه، تهیه کننـده: دفتر پژوهش های رادیو، تهران، طرح آینـده، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۴۷۷ صفحه، وزیری.

مطـالعه نقش رسـانه در اشـاعه دین و در مقابـل، نقش دین در تسـهیل رابطه میـان مردم و رسـانه هـا، سـال هاست که در علوم اجتماعی، علوم ارتباطات، مطالعات فرهنگی و دین، جایگاه ویژه ای یافته است.

ص:۲۶

با ظهور رسانه های جدید و نظریه های ارتباطی ویژه آنها، نگاه های تازه ای در زمینه تعامل دین و رسانه شکل گرفته است. از سویی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران نیز که می کوشد رسانه ای دینی در معنای عام آن باشد، نیازمند کالبدشکافی و آسیب شناسی رابطه دین و رسانه است. این ضرورت ها، زمینه برپایی «همایش بین المللی دین و رسانه» را فراهم آورد که مقاله های نوشته شده برای آن، در اثر حاضر گرد آمده است. عنوان مقاله های چاپ شده در کتاب، عبارتند از: «تلویزیون، رسانه دینی...»،/ تقی آزاد ارمکی؛ «اجتماع محوری در محیط سایبر دینی: مطالعه مقایسه ای سایت های اسلام آنلاین و تبیان»/ حسام الدین آشنا؛ «نقش رسانه ها در تهدیدها و فرصت های جهانی شدن برای دین»/ حمیدرضا آیت اللهی؛ «مذهب در قاعده هرم»/ جان ویل؛ «سیاست گذاری رسانه های دینی در ایران»/ ناصر باهنر؛ «تلویزیون، اُبژه های دینی و سکولاریسم»/ مهری بهار؛ «تشیع در چنبره چالش های جهانی شدن و نقش رسانه های جمعی»/ غلامعباس توسلی؛ «رضایت مخاطبان رسانه دینی»/ محمدرضا جوادی یگانه؛ «بررسی نسبت رسانه و دین»/ حسن خجسته؛ «تصویر مسلمانان در سینمای هالیوود»/ محمد رضایی یزدی؛ «جهانشمولی دین و جهانی شدن رسانه های الکترونیک»/ محمدرضا سعیدآبادی؛ «منظری اسلامی به ارتباطات و رسانه»/ ابراهیم فیاض؛ «تعاملی بودن و بازبودگی در بازی های رایانه ای دینی»/ مسعود کوثری؛ «مخاطبان و رسانه ای کردن دین»/ استوارت ام. هوور؛ «ارتباطات دینی»/ ناصر باهنر؛ «دین و رسانه: رسانه دینی یا دین رسانه ای»/ سید حسن حسینی؛ «موانع و محدودیت های کاربرد متعادل «خوف و رجا» به عنوان دو اصل مهم تربیت دینی در رسانه های مدرن»/ حسن خجسته؛ «تعامل دین و رسانه»/ اعظم راودراد؛ «تعالیم هالیوود؛ در گنجه نگه داشتن مذهب در فیلم های قرن بیستم»/ محمدرضا یزدی و لادن مختارزاده بهارانی؛ «دین مجازی: دو فضایی شدن

محیط دینی و ارتباطات درون دینی و بین دینی»/ سعیدرضا عاملی؛ «برداشت نسلی جنسی از دین در صدا و سیما»/ حمید عبداللهیان؛ «ظهور برچسب شیوه زندگی، مجادلات مُد، مهمانی های بهانه گیر، موسیقی مردم پسند مسلمانان»/ لین اسکافیلد؛ «تصاویر ارسالی به شبکه ها: دین رسانه ای و اعتراض مسالمت آمیز سکولار علیه تروریسم»/ جولیان میچل؛ «ابداع نمادهای مشترک دینی»/ رابرت ای. وایت؛ «ابداع نمادهای مشترک دینی: پژوهشی در باب دین و فرهنگ عمومی»/ پیتر هورسفیلد.

چراغی، مهدی، تجارب و نکات تبلیغی، قم، دفتر نشر برگزیده، چاپ اول، ۱۳۷۳، ۹۴ صفحه، رقعی.

یکی از راه های موفقیت در امر تبلیغ، استفاده از تجربه های مبلّغان موفق است. گفته ها و نوشته های مبلّغانی که پس از سالیان طولانی، فراز و نشیب تبلیغ در انواع شرایط را پشت سر نهاده و تجربه های فراوانی اندوخته اند، می تواند همچون چراغ راهی، مبلّغان جوان و تازه کار را راهنمایی کند.

کتاب یادشده، در دو بخش تجربه ها و خاطرات نگارنده از ایام تبلیغ در مناطق مختلف؛ در زمینه آداب تبلیغ؛ تجارب تبلیغی؛ نکات ریز و درشتی که روحانیان در برخورد با مردم باید رعایت کنند؛ فن خطابه و مناظره؛ فن کلاس داری و دیگر نکته های تبلیغی گرد آمده است.

حاجی ابراهیم، رضا، انسان مدرن و تبلیغ دین: درآمدی بر ظرفیت های تبلیغ در دنیای معاصر، قم، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۷۰ صفحه، رقعی.

تبلیغ دین، از مسئولیت های اصلی حوزه علمیه شیعه است و بر مسئولیت تبلیغی روحانیت شیعه، روز به روز افزوده می شود. از شرط های بایسته تبلیغ، مخاطب شناسی است و تنها، مبلّغانی در تبلیغ دین توفیق می یابند که شناختی درست و واقع بینانه از مخاطب داشته باشند. اثر حاضر دربردارنده مطالب

مطرح شده در سلسله «نشست های نگاه نو» است که در آن، از «تبلیغ و مخاطب شناسی» سخن گفته اند. ویژگی های انسان مدرن (مخاطب امروز مبلّغان دینی) را برمی شمارد و بر ضرورت بازشناسی او تأکید می ورزد و بیان می دارد که مبلّغ دین باید محتوا و شیوه تبلیغ خود را از این رهگذر به انجام رساند. چیستی دین داری؛ شئون مبلّغان دینی؛ لوازم کار تبلیغی؛ نظام مندی محتوای تبلیغ؛ و لحاظ گرایش انسان مدارانه مخاطبان در چگونگی طرح مباحث، برخی از نکته های بحث شده در کتاب است.

حسینی، حسین، ایمان و عمل صالح و نقش رسانه در تثبیت آن، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۱۰۸ صفحه، رقعی.

جایگاه و اهمیت والای توحید و معاد و پی آمدهای ژرفِ شناخت آنها در زندگی آدمی، انکارناپذیر است. باور انسان به وجودِ آفریننده یکتا و معاد، بر جنبه های گوناگون زندگی، انگیزه ها، نیت ها و قضاوت ها و کردارهای او تأثیر دارد و معنا و مفهوم و هویت ویژه ای به او می بخشد. از سوی دیگر، با توجه به تأثیر شدید رسانه های گروهی به ویژه تلویزیون در جوامع امروزی، مسئولان و کارشناسان وظیفه دارند از ظرفیت ها و ویژگی های آن در جهت تقویت دین داری و تثبیت باورهای دینی مردم بهره گیرند. پژوهش یادشده، در دو بخش کلی سازمان یافته است. بخش اول به بررسی علل انحراف و غفلت، آثار پذیرش و عدم پذیرش توحید و معاد، آثار فردی و اجتماعی انکار توحید و معاد، و برخی شبهات پیرامون این موضوع می پردازد. بخش دوم با عنوان «ضرورت اتخاذ الگوی صحیح در رسانه ملی»، مبحث هایی همچون نقش رسانه در تثبیت و تقویت باورها و راهکارهای مناسب آن، وظایف رسانه ملی در برابر گروه های سِنّی مختلف و دیگر برنامه های تلویزیونی را بررسی و تبیین می کند.

حسینی، سید مرتضی، اخلاق تبلیغ در سیره رسول الله صلی الله علیه و آله ، قم، مرکز جهانی علوم اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۳، ۱۷۶ صفحه، وزیری.

تبلیغ و دعوت، ارشاد و هدایت مردم به ارزش های الهی، از اصول سیاست پیامبران الهی بوده و خط اصلی برنامه آنان را تشکیل می داده است. پیامبر اسلام هدایت انسانی را برتر از آنچه خورشید بر آن طلوع و غروب می کند، دانسته است. از این رو، شناخت شیوه های تبلیغی و سیره عملی آن حضرت، می تواند الگوی جامع و مناسبی برای مبلّغان دینی امروز باشد.

کتاب نام برده، در سه بخش تدوین یافته است. بخش نخست کلیاتی است درباره اخلاق، تبلیغ و سیره. سپس اهمیت تبلیغ؛ اخلاق تبلیغ و ضرورت بحث از آن در سیره، مطرح شده و با اشاره به پیشینه تاریخی تبلیغ، این بخش به پایان رسیده است.

بخش دوم به بررسی اخلاق فردی تبلیغ و صفاتی چون ایمان، علم، اخلاص، تقوا، آراستگی، شجاعت و استقامت اختصاص دارد.

بخش سوم به اخلاق اجتماعی تبلیغ می پردازد و مبحث هایی چون تواضع؛ حسن خلق؛ پیش گامی در امور و شرح صدر را بررسی می کند. همچنین، در بخش مصادیق اخلاق تبلیغ، تلاش شده که نخست هر یک از نظر لغوی و اصطلاحی تعریف و سپس اهمیت، ضرورت و آثار آن در امر تبلیغ بررسی گردد و در کنار آن، نمونه هایی از سیره اخلاقی و تبلیغی پیامبر ذکر شود.

حلیمی، غلام سخی، رسانه و جنبش های اسلامی معاصر، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۳۴۲ صفحه، رقعی.

در دهه های اخیر شاهد اوج گیری و گسترش آگاهی امت اسلامی در سراسر جهان هستیم. پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، با ایجاد امید و روحیه در آزادی خواهان؛ جنبش های اسلامی و استعمارستیزی را در دیگر کشورها نیز

گسترش داد. کتاب حاضر در سه بخش کلی، مراحل تکوین و سیر جریان های فکری و سیاسی در کشورهای اسلامی را بررسی و ارزیابی می کند. در بخش نخست، یک یک جنبش های اسلامی و جریان های فکری مانند جنبش های اسلامی افغانستان، الجزایر، اندونزی، اریتره و پاکستان، از نظر موقعیت سیاسی و جغرافیایی، خطوط فکری و جایگاه اجتماعی آنها، بررسی می شود.

بخش دوم به تأثیر انقلاب اسلامی ایران بر جنبش های اسلامی معاصر و نقش علما در خیزش اصول گرایی اسلامی و بیداری ملت ها در جهان اسلام، می پردازد. بخش پایانی کتاب، رسالت رسانه های رادیو تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران در قبال جنبش های اسلامی را مدّ نظر قرار می دهد و درباره باید و نبایدهای رسانه ملی بحث می کند.

البته چنان که از فهرست کتاب برمی آید، این اثر بیشتر به بحث جنبش های اسلامی معاصر پرداخته و بحث رسانه ای، کمتر در آن مطرح شده است.

خندان، محسن، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۳۰۶ صفحه، رقعی.

تبلیغات اصلی مسلّم و همیشگی در اسلام است که باید متناسب با شرایط و نیازهای شیوه های آن زمان تحول یابد. بررسی تبلیغ دینی از دیدگاه دانش ارتباطات و مدل های ارتباطی، زمینه ای برای تأثیرگذاری آسان و علمی تبلیغات در این حوزه است. این دانش نوپدید، ابزار و چراغی روشن به دست می دهد تا بتوانیم آگاهانه تر و عالمانه تر در عرصه تبلیغ گام برداریم. این کتاب که در شش فصل تدوین یافته، پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته معارف اسلامی و تبلیغ، از دانشگاه امام صادق علیه السلام است.

فصل نخست با عنوان «واژه شناسی تبلیغ» به بررسی واژه تبلیغ و مترادف های آن در زبان فارسی و عربی می پردازد.

«تعریف تبلیغ» عنوان مبحث فصل دوم است که در آن تبلیغ را از دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی و متون اسلامی بررسی می کند.

فصل سوم «ضرورت بازنگری در تبلیغ» نام دارد که پیچیدگی تبلیغ در جهان کنونی و پیشرفت ابزارهای تبلیغ و وسایل ارتباط جمعی را بیان می دارد. در ادامه با اشاره به پژوهش ها و بررسی های انجام شده در موضوع تبلیغ، می کوشد مسئولیت های مسلمانان در رویارویی با مسئله تبلیغ در عصر حاضر؛ تبلیغی بودن دین اسلام؛ اصل تحول تبلیغ اسلامی متناسب با مقتضیات زمان؛ و امروزی نبودن تبلیغات اسلامی نقد و بررسی کند. عنوان فصل چهارم «نگاهی به دانش ارتباطات و تشریح مدل منبع ــ معنا» است و پس از آن، تبلیغ اسلامی با تکیه بر مدل منبع ــ معنا را تحلیل می کند و در بخشی از آن، به بیان ویژگی های تبلیغ از دیدگاه امام خمینی رحمه الله می پردازد.

داودآبادی، مهدی، درام و بن‌مایه‌های مهدوی، قم، موسسه آینده روشن، چاپ اول، ۱۳۸۹، ۲۷۹صفحه، رقعی.

پژوهش حاضر با محور قرار دادن زندگی آدمی در دنیای کنونی، به تجزیه و تحلیل رفتارهای انسانی در برابر پدیده های ظاهری و دلبستگی های درونی او می پردازد. لذا مواد اصلی این پژوهش رویدادهای واقعی است. رویدادهایی داستانی که برای کشف بخش های پنهان آن و جستجو در لایه های مختلف از جمله ساختارشناسی، معناشناسی و بررسی ظرفیت های داستانی آنهاست. از واقعیت تا آفرینش، نسخه جهانی و فرازمانی، بن مایه های مکرر در اسطوره ها، زبان قرآن در نقل قصه ها، عناصر روایت پذیر، بن مایه های مهدوی، مفاهیم آخرالزمانی در ادبیات داستانی و نماشی جهان، نمونه هایی از رویدادهای واقعی دربردارنده بن مایگان مهدوی از جمله مباحث مطرح شده در این کتاب می باشند.

ص:۳۲

دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، روش تبلیغ، قم، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ اول، [۱۳]، ۱۰۴ صفحه، پالتویی.

حقایق و معارف اسلامی موجود و مسئله تشویق افراد به رعایت دستورهای الهی، برگرفته از سیره پیامبران و امام معصوم علیهم السلام است. در این میان، شناسایی روش ها و نکته های مهم امر تبلیغ، می تواند کارکرد و تأثیرگذاری مبلّغان دینی را به گونه ای چشمگیر در افزایش دهد. مجموعه حاضر راهنمای فشرده و مختصری در زمینه روش ها و نکته های تبلیغی برای استفاده مبلّغان و دست اندرکاران امور دینی است که از دیدگاه آیات و روایات اسلامی بحث شده اند. این کتاب در چهار بخش تدوین یافته، که عنوان آنها چنین است: دانستنی هایی که یک مبلّغ باید بداند؛ تذکراتی در مورد برخی صفات و نکته های اخلاقی که باید مورد توجه قرار گیرد؛ شیوه و روش برخوردهای اجتماعی و رعایت مسائل لازم در رفتار با اشخاص، ارگان ها و مسئولان دولتی؛ و شیوه و روش های بهتر و رساتر برای تبلیغ.

راعی، توفیق یوسف، بانوان در عرصه دعوت و تبلیغ، ترجمه: نرگس پروازی ایزدی، تهران، احسان، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۳۴۳ صفحه، وزیری.

در تاریخ پرفراز و نشیب اسلام، زنان همواره همپای مردان در رشد و بالندگی دین مبین و فرهنگ متعالی آن نقش بی بدیل خود را ایفا کرده اند. یادآوری نمونه های روشن و تاریخی می تواند، الگویی مطلوب برای بانوان امروزین باشد. کتاب حاضر، اخبار و روایات و داستان ها و حکایت های مختلف درباره زنان مجاهد و دعوتگر در طول تاریخ اسلام را یک جا گرد آورده و مفهوم دعوت و جایگاه آن و نیز روش های دعوت و تبلیغ و ویژگی های دعوتگران را شرح داده است. در بخشی از کتاب، از ضرورت مشارکت بانوان در دعوت سخن رفته و جایگاه آنان در عرصه مدیریت و دعوت و تبلیغ بررسی و بیان شده است. در پایان،

با اشاره به نمونه هایی از حضور چشمگیر زنان در آغازین سال های پیدایش اسلام، و دیدگاه های علمای دینی درباره فعالیت های اجتماعی بانوان اشاره می شود.

ربانی، تقی، آیین برنامه سازی درباره تاریخ مقدس و رسانه، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۹، ۱۷۸ صفحه، رقعی.

بحث اصلی در این نوشتار بررسی فیلمنامه‌های تاریخ مقدس و پیدا کردن حد مجازی برای تغییر دادن یا تغییر ندادن این گونه فیلم‌هاست. مسلم است که بازسازی تاریخ دینی همراه با عناصر درام در تمام سریالها و فیلمهای ایرانی و غیرایرانی انجام می شود، ولی وفاداری به تاریخ و اضافه نکردن تخیلات به بهانه دراماتیک نمودن کار و تغییر ندادن اصل جریان تاریخ مذهب موضوعی است که در این اثر بدان پرداخته شده است. نگاهی به فسفه تاریخ، عوامل محرک تاریخ و تاریخ نگاری در اسلام، تفاوت فیلمنامه با واقعیتهای تاریخی، سینمای دینی، پرسوناژ، جایگاه زنان در فیلمهای تاریخی مذهبی، شخصیتهای تخیلی در فیلمنامه، عوامل جذابیت در فیلمهای تاریخی مذهبی، تاریخ و قلمرو تخیل و مدخلی بر چگونگی و حد مجاز تخیل عناویل فصول مختلف کتاب را تشکیل می دهند.

رجبی نیا، داود، دعا و نیایش در رسانه: راهکارهای پرداختن به دعا و نیایش در برنامه های صدا و سیما، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۱۳۴ صفحه، رقعی.

ترویج و تبلیغ فرهنگ دینی و تقویت پیوند انسان با مناسک معنوی همچون دعا و نیایش، از وظایف رسانه های ارتباط جمعی به ویژه رادیو و تلویزیون در عصر کنونی است. در این زمینه، مجموعه پانزده فصلی حاضر، به عنوان دست مایه ای برای برنامه ریزان و برنامه سازان رسانه ملی، راهکارهای پرداختن

به دعا و نیایش در برنامه های گوناگون را با تأکید بر جلوه های محتوایی معرفی می کند. راهکارهای پرداختن

به دعـا و نیـایش در ساختـار دراماتیک؛ نماهنگ دعا و نیایش؛ دعا در برنامه کودک و نوجوان؛ دعا و نیایش در گزارش های خبری و مستند و برنامه های ورزشـی؛ تاک شو ویژه دعا و نیایش؛ مستند دعا و نیایش؛ موضوع های برنامه سازی و طرح های کوتاه؛ دعا و نیایش برای زیرنویس؛ پلاتو و پیام مجری؛ و آسیب شناسی دعا در برنامه های رسانه، برخی از مبحث های مطرح شده در کتاب هستند.

رحیمی بنـدرآبادی، ابراهیم، ماوراءالطبیعه در هنر و فیلم، تهیه کننده: مرکز پژوهش های اسـلامی صدا و سـیما، قم، دفتر عقل، چاپ اول، ۱۳۸۷، ۱۶۹ صفحه، رقعی.

در طول دهه هـای اخیر، دسـتگاه هـای تبلیغـاتی غرب از جمله هـالیوود، بـا به خـدمت گرفتن هنر تصویری، بیش از پیش برای اجرای قاطع برنامه های استعماری خود در عرصه های سیاست، فرهنگ، اقتصاد و... می کوشد. در این میان یکی از محورهای اصلی تهاجم هالیوود، اسلام ستیزی و القای پیام های یهودی گرایی و سکولاریته کردن مخاطب است که در سرتاسر فیلم های آنها به چشم می خورد. الهام گرفتن از مضـمون های ماورایی و جـذابیت های تصویری، سـهم مهمی در تولید این آثار دارند. این پژوهش، ضـمن درآمدی بر موضوع ماوراءالطبیعه و برخی از موجودات آن عالم همچون فرشـته، جن، شیطان، روح و... بر آن است که از منظر دینی، چگونگی حضور این موجودات در آثار سینماسـینمایی غرب را بررسـی کنـد. کتاب حاضـر که در چهـار فصـل کلی تـدوین یـافته، دربـاره مبحـث هـایی چـون کلیـات و مفهـوم شناسـی مـاوراءالطبیعه؛ تصـویرگری موجـودات مـاوراءالطبیعی در هنر و فیلم؛ تصـویرگری افعـال مـاوراءالطبیعی در فیلم؛ و جایگـاه اعتقـاد به مـاوراءالطبیعه در زنـدگی انسـان مطالبی دربردارد.

۱.رزاقی، احمد، اهمیت و ضرورت تبلیغات: با الهام از رهنمودهای رهبر معظم انقلاب اسلامی حضرت آیت الله خامنه ای، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۰، ۱۳۱ صفحه، رقعی.

تبلیغات، به معنای ترویج ایمان و ایجاد نظر خوب یا بد درباره شخص، سازمان، مذهب یا عقیده ای از راه تأثیرگذاری و نفوذ بر افکار و عقاید مردم است. تبلیغ در اسلام، به مفهومِ رساندن حقایق و معارف اسلامی، دعوت و تشویق مردم به رعایت و اطاعت دستورهای الهی و پیروی از سیره پیامبران و ائمه اطهار: به کار رفته است.

اثر معرفی شده، مجموعه پیام ها، خطبه ها، مصاحبه ها و سخنرانی های رهبر معظم انقلاب در زمینه اهمیت و ضرورت تبلیغات را دربردارد. مهم ترین مبحث های مطرح شده در کتاب، عبارتند از: ضرورت تبلیغات در اسلام؛ رسالت هنرمندان مسلمان؛ اهداف صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران؛ آفات ابزارهای تبلیغی مانند صدا و سیما؛ نقش مساجد در تبلیغ؛ وظایف و ویژگی های مبلّغ؛ شیوه های تبلیغ در جمهوری اسلامی ایران؛ سیاست های تبلیغی جمهوری اسلامی ایران، تبلیغات خارجی؛ حوزه های علمیه و تبلیغ؛ شیوه های تبلیغی استکبار [ستیزان]؛ حجم تبلیغات غرب؛ محورهای تبلیغی استکبار [مستکبران] علیه انقلاب اسلامی؛ سرخوردگی تبلیغات غرب و... .

۲.رزاقی، احمد، تبلیغات دینی: ابزار و شیوه ها، تهران، شرکت چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۱، ۱۸۲ صفحه، رقعی.

تبلیغ در مفهوم کلی، عبارت است از رساندن پیام به گیرنده، از راه برقراری ارتباط، به منظور ایجاد تغییر و دگرگونی در بینش و رفتار و افکار او. برای تبلیغات، از وسایل ارتباط جمعی (هنر، فیلم، رادیو، کتاب و...) فراوان استفاده می شود. کتاب معرفی شده در چهار بخش کلی به تدوین و تشریح بیانیه ها، خطبه ها و رهنمودهای رهبر معظم انقلاب، حضرت آیت الله خامنه ای

در زمینه شیوه های ابلاغ پیام ها، خصلت ها و رسالت های مبلّغان دینی و راه های مقابله با تبلیغات گسترده استکبار [ستیزان] جهانی پرداخته است.

بخش نخست با عنوان «کلیات» درباره مفهوم تبیلغ؛ پیشینه تبلیغ؛ اهمیت و ضرورت تبلیغات در عصر ارتباطات و تبلیغات سنتی در جهان امروز مطالبی در خود جای داده است.

بخش دوم کتاب «ابزارهای تبلیغات» نام دارد که در زیر بخش های هنر (شامل مبحث هایی چون نقش هنر در تبلیغ، هنر در جمهوری اسلامی، رسالت هنر مسلمان، ابلاغ پیام انقلاب، پرهیز از تجمل گرایی و...)؛ رادیو و تلویزیون (اهداف صدا و سیما در جمهوری اسلامی، استفاده از جاذبه هنر، ایجاد محیط مناسب اخلاقی و...)؛ آفات ابزار تبلیغ؛ مطبوعات؛ خبرگزاری ها؛ شعر و ادبیات؛ معماری و موسیقی، رهنمودهای رهبر انقلاب را تشریح کرده است.

بخش سوم به نام «تبلیغات دینی»، به مسائلی مانند نقش مساجد در تبلیغ؛ وظایف و ویژگی های مبلّغان دینی؛ شیوه های تبلیغ در نظام جمهوری اسلامی؛ سیاست های تبلیغی نظام اسلامی و تبلیغات خارجی پرداخته شده است. در بخش پایانی کتاب نیز با عنوان «ابزار و شیوه های تبلیغی غرب»، شیوه های تبلیغی؛ حجم تبلیغات و محورهای تبلیغی غرب؛ تهاجم فرهنگی و اهداف تبلیغی غرب علیه انقلاب، مطرح و بررسی شده است.

۳.روابط عمومی صدا و سیمای جهوری اسلامی ایران، صدا و سیما در کلام امام خمینی(مدظله تعالی)، تهران، سروش، چاپ اول، ۱۳۶۳، ۲۴۹ صفحه، پالتویی.

رسانه رادیو و تلویزیون، نقشی اساسی در فرهنگ سازی و هدایت آحاد جامعه به سوی ارزش های انسانی و الهی بر عهده دارد. این رسانه موظف است نقش خود را در زمینه هایی چون آگاهی بخشی؛ ایجاد اعتماد به نفس؛ امیدآفرینی؛ تقویت بنیادهای دینی و در عین حال مبارزه با توطئه های خبری

دشـمنان اسلام و ایران به یاد داشته باشد و به خوبی ایفا کند. سخنان الهام بخش امام خمینی= می تواند، سمت و سوی درست و تعالی بخش این رسانه عظیم را به زیبایی و دوراندیشانه ترسیم نماید. مجموعه حاضر، رهنمودهای امام خمینی= درباره نظام ارزشی و مبانی تبلیغی اسلام در ارتباط با رادیو تلویزیون را دربردارد که می تواند دستور کار جامعی برای پژوهشگران و علاقه مندان حوزه رادیو تلویزیون و تبیین جایگاه و وظایف آنها در جامعه ای اسلامی قرار گیرد. این اثر در دو بخش تنظیم شده که بخش اول، به فرازهایی از سخنان حضرت امام درباره صدا و سیما با دسته بندی موضوعی آنها اختصاص دارد و بخش دوم متن کامل سخنرانی ها و فرمایش های ایشان در زمینه صدا و سیما را آورده است.

۴.رهبر، محمدتقی، پژوهشی در تبلیغ، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۱، ۴۹۴ صفحه، وزیری.

بی تردید، تبلیغ و تبلیغات با در نظر داشتن هدف ها و راه و رسم پیامبران خدا، به منظور شناسایی و گسترش معروف و مبارزه با منکر، همچنین تلاش در جهت برنامه ریزی و تربیت نیروهای مؤمن به آرمان انبیا برای گسترش مبانی فکری آنها، از ضروری ترین نیازهای عصر ماست. کتاب حاضر که در ده بخش تدوین یافته، شیوه ها و ابعاد تبلیغات اسلامی و سیر تاریخی آن در اسلام، کلیات و عناصر تبلیغ و تبلیغات و خط مشی و استراتژی کلی آن را بررسی می کند. تاریخچه تبلیغ؛ سیر تاریخی تبلیغ در اسلام؛ تبلیغات در دوره معاصر؛ کلیات تبلیغ؛ ماهیت و چیستی تبلیغ؛ عناصر تبلیغ؛ خط مشی یا استراتژی تبلیغات؛ خط مشی تبلیغ در اسلام؛ ابزارهای تبلیغات؛ و ابزار تبلیغ در اسلام، برخی از عنوان های بخشی کتاب هستند.

۵.ساجدی، اکبر، رسانه، آینه اسوه ها، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۱۲۶ صفحه، رقعی.

رسـانه هـا بـا معرفی الگوهـا و اسوه هـای جـامعه، در جهت دهی بر عملکرد مخاطبـان سـهم عمـده ای دارنـد. در جهان امروز، تلویزیون، رسانه ای است پرطرف دار که با تأثیرگذاری شگرف، می تواند الگوهای رفتاری مطلوب را به مخاطبان عرضه کند. پژوهش حاضـر بـا هـدف تبیین الگوهـای منـاسب که صـدا و سـیما از جنبه ها و در موضوع های گوناگون به آنها می پردازد، تدوین یافته است.

نویسـنده در این کتاب، نخست مفهوم اسوه در متون دینی و دیدگاه اندیشـمندان و شاخصه های اسوه را بیان می کند. سپس با بحث و بررسـی دربـاره اسوه در برنـامه هـای کودکـان و نوجوانان، جوان و رسانه، الگوی زن در رسانه، الگوی مرد در رسانه، الگوی ورزش کاران و دولتمردان نمونه در رسانه، مطالبی می آورد.

۶.ساسانی، فرهاد (گردآورنده)، نشانه های معنوی در سـینما: اندیشـمندان غیرایرانی، تهران، حوزه هنری، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۰، جلد ۱۰، ۲۸۱ صفحه، رقعی.

مجموعه حاضـر، دسـتاورد برگزاری چند دوره «هم اندیشی دین از چشم سینما» در حوزه هنری است و مجموعه مقاله ها را در زمینه مطالعـات سـینما و دین دربردارد. این کتـاب در سه بخش کلی بـا عنوان هـای «الهیـات و فیلم»؛ «عناصـر دینی در فیلم» و «سـینما و دین و فرهنـگ پسامـدرن» شـکل گرفته است. بخش نخست دربـاره رویکردهـای نقـد فیلم دینی؛ نظریه های معاصـر دربـاره تفسـیر فیلم دینی؛ کاربردهـای فیلم در الهیات؛ الهیات تأویل و سـینما؛ و «به سوی الهیات زیبایی شناسـی فیلمی» مطالبی دارد. امور مذهبی در فیلم؛ سیمای زن در فیلم دینی و مسئله شرّ در فیلم معاصر، مبحث های

تشکیل دهنده بخش دوم کتاب هستند. در بخش پایانی این مجموعه نیز «جنبه های هشیاری سینمایی در فرهنگ پسامدرن» بررسی شده است.

۷.سرسنگی، مجید و مهرداد رایانی مخصوص و محمدرضا فرزاد (گردآورنده)، نمایش و دین، تهران، انتشارات انجمن نمایش، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۲۰۶ صفحه، رقعی.

امروز، بسیاری از آثار نمایشی را می توان سراغ گرفت که مستقیم یا غیر مستقیم، به مسئله دین و رابطه آن با سعادت بشری توجه دارند: کتاب حاضر، برگزیده مقاله هایی است که در همایش بین المللی «نمایش و دین» ارائه شده و همه آنها به طور عام، تئاتر دینی و رابطه این دو را مدّ نظر داشته اند. عنوان مقاله های این مجموعه عبارتند از: «به سوی نظریه نمادین تئاتر» / لنس گاراوی؛ بحران قربانی / رنه ژرار؛ «تئاتر و مذهب: جست وجو برای الگویی جدی»د/ لورن فریزن؛ «تئاتر پیش از جهان»/ لی کراهنبال؛ «اخلاقیات و زیبایی شناسی در کهن الگوی آیینی» / ول سویینکا؛ «بیرون کشیدن اژدهای سیاهی: اجرا به مثابه برنامه ای الهی در مراسم آیین مسیحی» / تیموتی د. هوار؛ «کالبد جادویی: فرهنگ مذهبی و سکولار» (نمایش مذهبی) / مترجم: رضا شیرمرز.

۸.سعادتمند، رسول، تبلیغات از دیدگاه امام خمینی=، قم، تسنیم، چاپ اول، ۱۳۷۹، ۱۴۴ صفحه، پالتویی.

قدرت های بزرگ که روزگاری ابزار سلطه خود بر منابع جهان را فقط در قدرت نظامی و کشتی های توپ دار می دیدند، امروزه توجه شان را به شبکه های گسترده تبلیغاتی معطوف کرده اند. با توسل به انواع قالب ها از جمله قالب فریبنده اطلاع رسانی، سلطه خود را عمیق تر و فراگیرتر از گذشته، نه تنها بر سرزمین ها و منابع مادی که بر مغزها و فرهنگ ها تحمیل می کنند.

امام خمینی= با درک و هوشمندی ژرف خود، به این نکته آگاه بود و با جمله ای کوتاه و بسیار رسا که فرمود: «سلاح تبلیغات، برّنده تر از کاربرد سلاح در میدان جنگ است»، اهمیت و تأثیر تعیین کننده تبلیغات را در عصر

کنونی به یـاد آورد. این اثر در هشت فصـل گرد آمـده و رهنمودهـای امـام انقلاب درباره تبلیغات و جنبه های مختلف آن را دربردارد. اهمیت و نقش تبلیغات؛ مسـئولیت علما و حوزه ها در تبلیغات؛ تبلیغات و تنظیم شعائر اسلامی؛ صدور انقلاب و تبلیغ ارزش هـا؛ همـاهنگی در تبلیغـات؛ کمبودهـا و کاستی های تبلیغاتی؛ اهـداف تبلیغات دشـمن و مقابله با آن، عنوان های برخی فصل های کتاب هستند.

۹.سعادتمند، رسول، مطبوعات و رسانه ها از دیدگاه امام خمینی=، قم، تسنیم، چاپ اول، ۱۳۷۸، **۲۳۹** صفحه، پالتویی.

در جهان کنونی که عصـر ارتباطات نام گرفته، قدرت های مسـلط جهانی، با همه توان می کوشـند با اسـتفاده از وسایل ارتباط جمعی و تأثیر آنها، روز به روز بر دامنه و عمق نفوذ خود در دیگر کشورها بیفزایند. کتاب حاضـر به منظور آگاهی دهی بیشتر به جـامعه اسـلامی و اصـحاب مطبوعـات و رسانه ها، دربردارنـده دیـدگاه های امام خمینی= در زمینه رسالت و مسـئولیت های مطبوعات و رسانه ها و چگونگی انتقادها، سالم سازی و اصلاح رسانه ها و برخورد با انحراف مطبوعاتی و رسانه ای است. این مجموعه در هفت فصـل تنظیم شـده و روشـنگری هـای بنیـان گـذار جمهوری اسـلامی ایران درباره تهاجم فرهنگی در عرصـه مطبوعـات و رسـانه ها در زمان پیش از انقلاب و پس از پیروزی انقلاب اسـلامی را دربردارد. مسـئولیت و رسالت مطبوعات و رسانه ها؛ آزادی مطبوعات و رسانه ها؛ سالم سازی مطبوعات و رسانه ها؛ اهداف و مسـئولیت های صدا و سیما؛ سالم سازی و نظارت بر صدا و سـیما؛ اهداف و مسئولیت های خبرگزاری؛ برخورد با انحراف مطبوعات و عناصر ناسالم مطبوعاتی؛ و رسانه ها در رژیم طاغوت، از مبحث های مطرح شده در کتاب هستند.

۱۰.سعید، ادوارد، اسلام رسانه ها، ترجمه: اکبر افسری، تهران، نشر توس، چاپ اول، ۱۳۷۹، ۲۶۳ صفحه، وزیری.

«اسلام رسانه ها» از سه گانه های ادوارد سعید درباره مسائل مشرق و خاورمیانه است. «شرق شناسی» و «مسئله فلسطین»، دو ضلع دیگر این مثلث اند. جوهر این اثر، در این جمله نهفته است که چگونه رسانه ها و کارشناسان تعیین می کنند که ما در برابر بقیه جهان چه اندیشه و بینشی داشته باشیم. مصداق موضوع، در درجه اول اشغال سفارت امریکا و گروگان گیری دیپلمات ها در تهران است که در آن زمان، حجم گسترده ای از تبلیغات رسانه ها را فراهم ساخت. به دیگر سخن، اساس مطالب کتاب، درباره ایران پس از انقلاب و بازتاب آن در رسانه های غرب و به ویژه امریکاست که در آن، مسئله ساختن افکار عمومی توسط رسانه ها و دست کاری و «کانالیزه» کردن افکار مردم، تبیین شده است. در این کتاب مشخص می شود که چگونه رسانه های گروهی، دولتمردان و کارشناسان غربی و امریکایی، اسلام را معادل تروریسم و شوریدگی و مالیخولیای مذهبی معرفی و مطرح می کنند. در این اثر متفاوت و به یاد ماندنی، نگارنده مقدمه مشروحی بر چاپ جدید آن نگاشته که در آن، ریشه ها و بازتاب های یکدست و واحد همه رسانه های غرب و گاه تفاوت دیدگاه اروپایی با امریکایی را بررسی می کند. در پایان کتاب نیز، نمایه ای از اعلام و موضوع ها آمده است.

۱۱.سعید، ادوارد، پوشش خبری اسلام در غرب، ترجمه: عبدالرحیم گواهی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۸، ۳۳۹ صفحه، رقعی.

مجموعه حاضر، از سری کتاب هایی است که در آنها نویسنده می کوشد رابطه جدید جهان اسلام، اعراب و مشرق زمین را از یک سو و رابطه آن را با غرب و به ویژه ایالات متحده امریکا از دیگر سو بررسی کند.

ص:۴۲

دربـاره چگونگی تبلیغـات سوء و ارائه تصویر غیرواقعی از اسـلام؛ برداشت های ناقص و نادرست از فرهنگ و آداب اسـلامی؛ ارائه چهره خشن و غیرمنطقی از مسـلمانان؛ و انحراف افکـار عمومی غرب از سوی رسـانه هـای ارتبـاط جمعی بـا تحلیل نمونه وقایع ایران در اوایل انقلاب، در این پژوهش بحث و نقادی می شود. کتاب در سه فصل کلی دربردارنـده مطالب ذیل موضوع های اسـلام به عنوان خبر (مشتمل بر اسـلام و غرب، جوامع یا کانون های تفسـیر و واقعه پرنسـس بنا بر قراین موجود)؛ داستان ایران (جنگ مقـدس، از دست رفتن ایران و مفروضات امتحان نشـده پنهان)؛ و دانش و قـدرت (سـیاست های تفسـیر اسـلام و دانش و تفسیر) است.

۱۲.سـعیدی، محمدحسن، تبلیغ دینی (عناصر و شیوه ها)، تهران، اداره کل پژوهش های سیما (سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران)، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۱۰۳ صفحه، پالتویی.

جایگـاه و نقش تبلیغـات و وسایـل ارتباط جمعی، در پی ریزی افکار عمومی، تسـهیل فرآینـد جامعه پـذیری و کنترل اجتماعی انکارناپـذیر است. امروز، جهان در اختیارِ دارنـدگان سـلاح های تبلیغاتی قرار گرفته و آنان انـدیشه ها را بر معیار دلخواه خود سامان می دهند.

کتاب حاضـر، می کوشد ماهیت و جایگاه تبلیغات، عناصـر اساسـی تبلیغ و روش های مؤثر آن را که از تعالیم متعالی اسـلام و اصول تبلیغات دینی الهام گرفته است، به درستی بیان کند.

۱۳.سـلطانی، مرتضـی، اخلاق تبلیغات بازرگانی، قم، مرکز پژوهش های اسـلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۱۴۴ صفحه، رقعی.

با توجه به اهمیت و نقش اقتصادی تبلیغات بازرگانی یا آگهی های تبلیغاتی که از رسانه های رادیو تلویزیونی پخش می شود، رعایت اخلاق و اصول

ص:۴۳

تبلیغـات بر اسـاس آموزه هـای دینی، کاری بایسـته و ضـروری می نمایـد. از این رو، تـدوین منشور اخلاقی مبتنی بر ضوابط و معیارهای ملی و اسـلامی در عرصه تبلیغات بازرگانی، امری لازم و راه گشاست. کتاب حاضـر که از پنج بخش اصـلی تشکیل یـافته، به بررسـی جنبه هـای اخلاـقی و دینی تبلیغـات تجاری تلویزیون؛ بایـد و نبایـدهای آن و سـرانجام، ارائه پیشـنهادهایی به سیمـای جمهوری اسـلامی ایران می پردازد. اهمیت و اهـداف اخلاـق تبلیغـات بازرگـانی؛ عوارض تبلیغـات بازرگانی؛ اخلاق تبلیغـات بازرگـانی در اسـلام؛ تبلیغـات بازرگـانی و عـدالت اجتمـاعی؛ و اصول اخلاقی در تبلیغات بازرگانی، عنوان مطالب و بخش های کتاب هستند.

۱۴.سـنی مـان، پی جی و دیگران، نگـاهی دیگر به اخلاـق رسـانه ای، ترجمه: محمود حقیقت کاشانی و دیگران، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چاپ اول، ۱۳۷۵، ۱۸۹ صفحه وزیری.

عرصه مطالعـات رسانه ای به ویژه روزنامه نگاری، در برابر مسائل اخلاقی حساسـیت بیشتری پیـدا کرده است. اینکه هنجارهای اخلاـقی در حوزه وسایـل ارتبـاط جمعی و به طور ویژه حوزه روزنـامه نگـاری، چه معیارهـایی دارد، مسـئله مهمی در روزگار کنونی است. کتاب حاضر در ده فصل دربردارنده مقاله هایی است که به این موضوع پرداخته اند: اخلاق رسانه ای: نگرشی بر مبنـای فرایض اخلاـقی؛ اخلاـق و جامعه: نیازهای خاص کارگزاران رسانه ها؛ اخلاق ارتباطات: رویکردی بر مبنای مسـیحیت، ضوابـط رسـانه ای در افریقـای جنوبی؛ اخلاـق رسـانه ای یـا قوانین رسانه ای و در جست وجوی اصول اخلاقی رسانه ها عنوان های برخی مقاله های این مجموعه است.

۱۵.شاکرنژاد، احمد، بررسی شبکه های ماهواره¬ای دینی: «مطالعه موردی شبکه های تله اونجلیسم»، قم: مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۹، چاپ اول، ۲۱۰صفحه، رقعی.

اگر بپذیریم که که پافشاری بر شیوه های سنتی در تبلیغ دین چندان مطلوب یا کارساز نیست، می توان در جستجوی روشی برای بهره وری از تکنولوژی های جدید در این زمینه بود. برای بهره بردن از رسانه ای به نام ماهواره در امر تبلیغ دین، مطالعه تجربیات کسانی که پیش از این به استفاده از این رسانه مبادرت ورزیده¬اند، می تواند سودمند باشد. بدین لحاظ اثر حاضر درصدد برآمده است که با معرفی موردی شبکه های دینی ماهواره ای زمینه ای را برای آشنایی هر چه بیشتر برنامه سازان حوزه دین با تجارب شبکه های مطرح جهانی فراهم سازد. این کتاب به معرفی شبکه های تبشیرگری تلویزیونی یا تله اونجلیسم می پردازد. گرایش دینی غالب در فعالیت این شبکه ها، مسیحیت پروتستان تبشیری است.

۱۶.شرایدر، پل، سبک استعلایی در سینما: نگرشی بر گرایش های معنوی در آثار سینمایی، ترجمه: محمد گذرآبادی، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۷۵، ۲۰۰ صفحه، وزیری.

در سال های اخیر سبکی به نام «سبک استعلایی» پدید آمده است که هنرمندانی از فرهنگ های گوناگون برای بیان امر قدسی و نمادهای معنوی، از آن سود جسته اند. این سبک، ماهیت استعلایی یا مذهبی ندارد، ولی راهی برای نزدیک شدن به «متعال» نشان می دهد. در سینما نیز فیلم سازانی چون یاسو جیرو، روبر برسون و تا اندازه ای کارل درایر،

کارگردانانی هستند که از این سبک استفاده کرده اند. کتاب حاضر به بهانه بررسی آثار این سه فیلم ساز بزرگ، نسبت میان سینما و دین را نقد و بیان کرده است و حتی از سینما فراتر رفته، عرصه هنر دینی را واکاوی می کند. به عقیده نگارنده، موضوع یا داستان فیلم، به فیلم خصلتی دینی یا معنوی نمی دهد، بلکه سبک و صورت آن است که در هماهنگی و اتحاد با ماده و محتوا، فیلم را دینی و غیردینی می سازد.

۱۷.طاهری زاده، مهدی، آیین برنامه سازی قابلیت فیلم مستند برای انتقال مفاهیم دینی، قم: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۹، ۲۱۰صفحه، رقعی.

در دو دهه گذشته به صورت چشمگیری یکی از مقولات جذاب پژوهشی، فیلم مستند و شناخت ویژگیها و ظرفیتهای متنوع آن بوده است. در این میان گروهی که در حوزه دین و رسانه به تعمق و پژوهش می پردازند، صرفا با قابلیت واقع نمایی فیلم مستند قانع نیستند، بلکه چیزی فراتر از آن یعنی «آشکارسازی معنا به مثابه تجلی حقیقت باطنی از دل واقعیت ظاهری» را دنبال نموده اند. اثر حاضر که در چهار فصل تدوین یافته است، پس از بررسی مبانی موضوع، محورهای فیلمسازی مستند را تبیین شده و سپس چگونگی خلق معنا در فیلم مستند را با محور بینش دینی و نگاه عرفانی بررسی نموده و به مطالعه موردی برخی از فیلمهای مستند با آیینها و سنتهای مرتبط با باورهای دینی، عبادات و مناسک مذهبی پرداخته است.

۱۸.صادقی اردستانی، احمد، روش های تبلیغ و سخنرانی، قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۷۰، ۲۸۰ صفحه، رقعی.

اسلام به عنوان کامل ترین دین الهی، به گسترش دین با توسل به روش های کارساز تبلیغاتی توجه ویژه ای داشته است، به گونه ای که در قرآن کریم بارها

به پیامبر اسلام سفارش شده که در نهایت مهربانی و عطوفت با مخاطبان برخورد کند و با جذبه های حسی، عقلی و هنری پیام خداونـد را ارائه کند. از سوی دیگر، به رفتار، گفتار و زندگی پیامبر اکرم۹ و ائمه اطهار:، به عنوان تبلیغ عملی اسلام می توان توجه کرد.

پژوهش حاضـر، دربردارنده مجموعه بحث هایی است که در دوازده فصل شـکل گرفته اند. عنوان فصل ها چنین است: هدف از تبلیغـات اسـلامی و ایجـاد شـرایط منـاسب اسـتفاده از وعظ و خطابه، آشـنایی جوامع بشـری با آموزه های درخشان اسـلام و احکام و ارزش های اخلاقی و نیز به منظور مقابله با تبلیغات ضد اسـلامی دشـمنان در شـرایط کنونی است. نقش عمل مبلّغ در کـارآیی تبلیغ؛ برترین گفتـار در بیان قرآن؛ زبان تبلیغ بـدون علم و دانایی؛ قاعـده تدریـج در قلمرو تبلیغ؛ رعایت اسـتعدادها و زمینه های روانی؛ شرایط زمانی و مکانی تبلیغ؛ در مقابل فرهنگ های منحط و خرافی؛ تواضع آموزنده و سازنده؛ ویژگی های ده گـانه ابلاغ رسالت؛ آثار اخلاص در جهت تبلیغ؛ تحمل مشـقت در راه تبلیغ؛ و شـیوه ها و هنرهای سـخنرانی، از عنوان های فصلی کتاب هستند.

۱۹.صـالحی، محمـدجواد، ویژگی هـا و اهـداف تبلیغـات انتخاباتی، قم، مرکز پژوهش های اسـلامی صـدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۹۵ صفحه، رقعی.

تبلیغـات انتخابـاتی، بر نگرش هـا، ارزش هـا و باورهای سیاسـی افراد اثر می گـذارد. اگر تبلیغات انتخاباتی بر اساس معیارهای دینی و اخلاقی انجام گیرد، واقعیت های عینی جامعه را ترسـیم می کنـد. مشارکت عمومی، تأمین عـدالت، وفاق ملی، شایسـته سالاـری، رعـایت عـدل و انصـاف، صـداقت، رعـایت ارزش هـای دینی، پرهیز از اسـراف و اخلاق گرایی، برخی از معیارهای پذیرفته شده تبلیغات انتخاباتی در نظام اسـلامی است. پژوهش حاضـر که در شـش فصل تدوین یافته، با بهره گیری از آیات و روایات، به لزوم رعایت

اخلاق انتخاباتی در تبلیغات اشاره و توجه کرده است. پس از طرح کلیات و مفهوم شناسی تبلیغات، درباره ویژگی های تبلیغات انتخاباتی در نظام های لیبرال و اهداف ویژگی های تبلیغات انتخاباتی در اسلام بحث و بررسی می شود. سپس خاستگاه تبلیغات غیراخلاقی و پی آمدها و شیوه های بهبود آن با استفاده از الگوهای مناسب دینی و اسلامی، و نیز نقشی که رسانه ملی می تواند در این مسیر ایفا کند، بیان شده است.

۲۰.صباغ پور، اصغر و معاونت پژوهشی مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (گردآورنده)، تبلیغات (هنر و رسانه ها) از دیدگاه امام خمینی=، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی=، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۴۳۵ صفحه، وزیری.

در عصر کنونی که ابزارهای ارتباطی و وسایل تبلیغ فراهم تر است و تبلیغات، در رأس همه امور جهان قرار گرفته، اهمیت تبلیغ مبانی اسلام و معرفی حقیقت آن، افزون تر شده است. از سویی سخنان و دیدگاه های امام خمینی در مقام اندیشمندی آگاه به این امر، می تواند فرا راه پژوهش گران، مبلّغان و مسئولان امور دینی قرار گیرد. مجموعه حاضر که گفتارها و نوشتارهای ایشان درباره اهمیت تبلیغات، ضرورت و ویژگی های آن را دربرگرفته، در سه بخش کلی و دوازده فصل تدوین یافته است.

در بخش اول با عنوان «تبلیغات»، ذیل شش فصل به نام های کلیات؛ تبلیغات در عصر پهلوی؛ نقش تبلیغات در پیروزی انقلاب اسلامی؛ تبلیغات در جمهوری اسلامی؛ تبلیغات ضد انقلاب داخلی؛ و تبلیغات استکبار جهانی مطالبی آمده است. نویسنده در بخش دوم با عنوان «رسانه های گروهی»، اهداف رسانه ها؛ اهمیت رسانه ها؛ رسانه ها در عصر پهلوی؛ و رسانه ها در جمهوری اسلامی را بررسی کرده است. «هنر و هنرمندان» موضوع بخش سوم کتاب است که در آن، درباره هنرمندان؛ هنر اسلامی و استفتائات بحث می شود.

۲۱.عالمی، علیرضا، سیره تبلیغی پیامبر اعظم۹، قم، نجم الهدی، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۱۶۸ صفحه، وزیری.

یکی از راه های نگه داری دین، تبلیغ و رساندن احکام شریعت به نسل های بعدی است. بی گمان، بهترین الگو در تبلیغ درست، منسجم، دارای برنامه و الگوی عملی، سیره تبلیغی پیامبر اسلام است. کتاب یادشده که در سه فصل تدوین یافته، در دو بخش عمده به تبلیغ گفتاری و تبلیغ عملی در سیره رسول خدا۹ می پردازد.

فصل اول به «مفاهیم و کلیات تبلیغ از منظر قرآن، معصومین و علمای اسلام» اشاره کرده است.

فصل دوم نیز که «رسول خدا۹ و تبلیغ گفتاری» نام گرفته، مبحث هایی چون نقش گفتار در تبلیغ؛ روش خطابه پیامبر؛ ویژگی های سخنرانی پیامبر؛ صفات مبلّغ از دیدگاه پیامبر؛ پیامبر و تبلیغ علم؛ و آخرین تبلیغ های گفتاری را مطرح و بررسی می کند. عنوان فصل پایانی، «رسول خدا۹ و تبلیغ عملی» است و در آن، نقش عمل در تبلیغ؛ نمونه های رفتاری پیامبر در تبلیغ؛ اقدامات تبلیغی پیامبر در مساجد؛ برخی مبلّغان پیامبر، آخرین های تبلیغ عملی پیامبر و... شرح و تبیین شده است.

۲۲.عظیمی، شاپور (مترجم و گردآورنده)، سایه های متحرک: دین و فیلم به مثابه محصولات فرهنگی، تهیه کننده: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۴۸ صفحه، جیبی.

مقوله دین و مذهب در سینما، قدمتی به اندازه تاریخ سینما دارد؛ چرا که یکی از دشوارترین تلاش های بشر در هستی، جست وجوی بی پایان برای یافتن راز آفرینش بوده و هست. مجموعه حاضر، از سلسله مبحث های مطالعات کاربردی هنر است که به جایگاه و نقش مذهب در فیلم های سینمایی و رابطه دین و نیز کلیسا با سینما به ویژه سینمای هالیوود می پردازد.

ص:۴۹

این نوشتار، در واقع برگزیده یکی از فصل های کتاب دیده و ایده: جایگاه مذهب و ارزش ها در فیلم های سینمایی، اثر مارگاریت آر. میلس است که پیش از این با ترجمه حسن بلخاری با همت بنیاد سینمایی فارابی منتشر شده است.

۲۳.فتحی، اصغر، منبر، یک رسانه عمومی در اسلام، تهران، پژوهشکده علوم ارتباطات و توسعه ایران، چاپ اول، ۱۳۵۸، ۷۳ صفحه، رقعی.

برخی از رسانه های سنتی که از دیرباز در حوزه تبلیغات اسلامی به کار می رفته اند، در عصر حاضر نیز هنوز کارکرد خود را به دست دارند. وعظ و خطابه از منابر، یکی از این رسانه ها بوده که در دوره هایی از تاریخ، تأثیری بس عظیم میان مسلمانان داشته است. پژوهش حاضر نقش مؤثر منبر را در گسترش مبحث های اجتماعی ـ سیاسی بررسی می کند و در همان حال، درگیر بودن آن را در دیگر جنبه های زندگی اجتماعی باز می نماید. این اثر با بررسی تاریخی و فرهنگی ریشه های وعظ در اسلام؛ ظهور مسجد به عنوان مرکز امت مسلمان؛ و منبر به عنوان وسیله ارتباطی میان امت مذهبی ـ سیاسی اسلام و رهبرانش، آغاز می شود. به دنبال آن بحثی درباره جدایی فزاینده منبر از حکومت، به عنوان نتیجه گسترش امپراتوری اسلامی و پراکندگی در درون جامعه اسلامی مطرح می شود. سپس منبر به عنوان نهادی مستقل، ولی قدرتمند و سیاسی در عصر میانه، معرفی می شود و نویسنده برای نشان دادن شرایط و ویژگی های طبقه وعاظ حرفه ای، زندگی و آثار ابن جوزی را به اختصار بررسی می کند. در بخش پایانی، منبر به عنوان رسانه ای عمومی در جامعه اسلام، با جانشین های نوین اش مقایسه می شود.

۲۴.فخار طوسی، جواد، امام خمینی و رسانه های گروهی (مبانی فقهی و حقوقی)، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی=، ستاد بزرگداشت یک صدمین سال میلاد امام خمینی=، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۳۱۱ صفحه، رقعی.

در جهان امروز، میزان تأثیر رسانه های گروهی بر مخاطبان و نیز استقبال همگانی از آنها، توجه دین داران و مسئولان امور دینی را جلب کرده است.

ص:۵۰

بنـابراین، تحلیـل «فقه رسـانه هـا» و بررسـی وضـعیت رسـانه های گروهی از دیـدگاه فقهی و اسـلامی، در ردیف موضوع های ضروری روز جای می گیرد.

کتاب یادشده، در سه بخش با تأکید بر نظرها و دیدگاه های امام خمینی=، مباحث فوق را واکاوی نموده است.

بخش نخست کتاب، با عنوان «رسانه ها در عرصه فرهنگی»، درباره نکاتی چون بایدها و نبایدهای فرهنگی، اضـلال، توهین به مقدسات، انکار ضروری دین، توهین به اشخاص حقیقی و هتک حرمت افراد مطالبی دربردارد.

در بخش دوم این اثر بـا عنوان «رسـانه هـا در عرصه سـیاست»، مبـاحثی چون خودداری رسـانه هـا از نشـر اکاذیب، رسانه های گروهی و حفظ نظام، رسانه های گروهی و وحدت ملی و خودداری از جریانات ناسالم، مطرح شده است.

بخش پایانی کتاب نیز به بررسی موضوع رسانه ها و پر کردن اوقات فراغت اختصاص یافته است.

۲۵.فخار طوسـی، جواد، پژوهشـی فقهی در خبر و خبرگزاری، قم، پژوهشـگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۳۵۱ صفحه، رقعی.

فقه و مبـاحث فقهی، بـا توجه به ویژگی پویایی و جامعیت خویش، همواره گره گشای مسائل جدیـد در حوزه دین بوده است. از این رو، می توانـد الگـویی مطلـوب برای نهـاد خـبر و خـبرگزاری ارائه کنـد. این پژوهش حاضـر تـوجه به موضوع یادشـده، نخست مـاهیت خبر و خبرگزاری را واکـاوی می کنـد. سـپس سـیاست های کلی اسـلام در مورد خبررسانی را در بخش هایی چون اصل آزادی اطلاع رسانی؛ عدالت در گردش اطلاعات و تجویز سانسور بر مبنای مصلحت تبیین می نماید.

احکام فقهی مربوط به خبر، حقوق مخبر، تکالیف و وظایف مخبر، خودداری از اشاعه فحشا و نشر اکاذیب، خبر و پی آمدهای آن، مدیریت

ص:۵۱

بحران در اطلاع رسانی مطلوب و مورد نظر اسلام و اصول مورد نظر شریعت در فعالیت های خبرگزاری، از دیگر مبحث های مطرح شده در کتاب هستند. در پایان نیز نمایه ای از موضوع ها آمده است.

۲۶.فضل الله، محمدحسین، گام هایی در راه تبلیغ، ترجمه و نگارش: احمد بهشتی، تهران، امیرکبیر، شرکت چاپ و نشر بین الملل، ۱۳۸۴، ۳۵۷ صفحه، وزیری.

تبیین نقش تبلیغات در اسلام به ویژه در جهان امروز که اندیشه های انحرافی، برای تبلیغات هزینه های سرسام آوری می پردازند، اهمیت زیادی دارد. اینکه راهکارهای تبلیغات چیست و اسلام چه جایگاهی به آن می دهد، موضوعی است که کتاب حاضر در هفت فصل، آن را واکاوی می کند. فصل اول پیرامون گام های تبلیغ است که در آن، مفهوم اصیل تبلیغات دینی و تبلیغ تدریجی، به عنوان دستور و دیدگاه اسلام در این باره، بیان شده است. رابطه علم و تبلیغ و اینکه دانش باید در خدمت تبلیغات دینی و اسلامی باشد موضوعی است که نتایج بررسی آن، موضوع فصل دوم را تشکیل می دهد. ویژگی های مبلّغ خوب؛ روش های عملی تبلیغ؛ روش تبلیغی قرآن؛ و فلسفه و روش های تربیتی تبلیغ، در فصل های بعدی بررسی شده اند.

فصل پایانی کتاب، روش ها و تجربه های تبلیغی پیامبران را در موضوع هایی چون تجارب نبوت؛ درس های تبلیغ در زندگی پیامبران و درس های تبلیغ در زندگی پیامبر اسلام، معرفی و بررسی کرده است. در واقع، عنوان اصلی کتاب، «خطوات علی طریق الاسلام» بوده است.

۲۷.فهیمی فر، اصغر، دیالکتیک صورت و معنا در هنر، تلویزیون و سینما، تهران، مؤسسه فرهنگی هنری منادی تربیت، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۷۲ صفحه، رقعی.

هنرهای معاصر رایج در ایران اعم از سینما، تلویزیون، نقاشی، معماری و ادبیات به بحران هویتی گرفتار شده اند و این مسئله، از تحقق ساختار

مستقل زیبایی شناختی برای هنر ایران مانع شده است. در مقابل، برقراری ارتباط و تعامل دقیق و هماهنگ بین ساختار زیبایی شناسانه و معانی نهفته در تفکر معنوی ایرانی، به بروز و تکامل هنر ایرانی یاری خواهد رساند. بدین ترتیب، مجموعه حاضر مقاله هایی را گرد آورده است که به منظور مطالعه معانی و ارزش های فرهنگیِ ایرانی ـ اسلامی به ویژه در عرصه رسانه های گروهی نگاشته شده اند. عنوان این مقاله ها عبارتند از: دیالکتیک صورت و معنا در تلویزیون و سینما؛ جهانی شدن و جهانی سازی و استقلال هنری در ایران؛ تصویر زن در آینه مردسالار هنر؛ تأملی فلسفی پیرامون حضور تاریخ در سینما و تلویزیون؛ راه برون رفت از بحران هویت در هنر ایران.

۲۸.قادری، حمیدرضا و جواد قطمیری و روح الله شمشیری، خلاصه مقالات دومین هم اندیشی رسانه تلویزیون و سکولاریسم، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۷، ۷۱ صفحه، وزیری.

تفکر دوران مدرن در برابر اندیشه دوران پیش از خود و در تقابل با سنّت سنجیده می شود. این اندیشه را به اعتبار تقابل آن با دین و آموزه های دین، «سکولاریسم» می نامند. دومین هم اندیشی «رسانه تلویزیون و سکولاریسم» از سلسله همایش های دین و رسانه است که خلاصه ای از مجموعه مقاله های آن، در کتاب حاضر گرد آمده است. اقتضائات عناصر بیانی تلویزیون و زمینه های دنیاگروانه آن؛ نظام رسانه ای سکولاریستی؛ مدیریت پیام و جهت گیری سکولاریستی؛ تربیت عرفی و کارکرد تربیت تلویزیون؛ عقلانیت سکولار؛ رسانه ای شدن دین و سکولاریزاسیون؛ مطالعه تطبیقی سنّت های تصویر ایران و اروپایی و نسبت آن دو با سینما؛ هستی شناسی تلویزیون و سکولاریسم؛ و روش های غالب در تحقیقات رسانه های جمعی، عنوان های برخی از مقاله هایی هستند که خلاصه ای از آنها در کتاب آمده است.

ص:۵۳

۲۹.قانع، احمدعلی، محدودیت های پیام رسانی در قوانین دینی و بشری، قم، مؤسسه بوستان کتاب، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۱۷۶ صفحه، رقعی.

اهمیت انتقال پیام در عصر ارتباطات بر کسی پوشیده نیست، ولی حد و مرز انتقال پیام تا چه حد می تواند باشد و باید و نبایدها و محدودیت های انتقال پیام از منظر دینی و اسلامی، کدام است؟ کتاب حاضر که در سه بخش کلی تدوین یافته، موضوع سانسور و جنبه های مذهبی آن را به دقت بررسی می کند.

بخش نخست «رسانه ها و تبلیغات» نام گرفته و در آن، درباره مبحث هایی چون نقش ارتباطات و تبلیغات در جهان کنونی؛ سمت و سوی فعالیت رسانه های جهان غرب؛ تسلط صهیونیسم بر رسانه های عمومی جهان؛ انحصار رسانه و آگهی های تجاری مطالبی آمده است.

«نگاهی تاریخی به محدودیت های پیام رسانی» عنوان بخش دوم کتاب است که موضوع هایی مانند محدودیت های مطبوعات در کشورهای مختلف چون مصر، سوریه، ترکیه، امریکا و...؛ سانسور یا نظارت و کنترل؛ شیوه های سانسور؛ ادله موافقان لزوم نظارت؛ قانون اساسی و مطبوعاتی ایران؛ و قانون مطبوعات جمهوری اسلامی ایران را واکاوی می کند. بخش پایانی کتاب «مصادیق کلی پیام های ممنوع» را در زمینه هایی چون کذب و افترا؛ ایجاد یأس از رحمت خدا و امن از عذاب او؛ تحریک جنسی و تحریض برای بی بند و باری، دشنام و سبّ خدا و بندگان او؛ و مکاسب محرّمه دربرمی گیرد. نمایه ای از آیات، روایات و اعلام نیز در آخر کتاب آمده است.

۳۰.کانون نویسندگان فضلای قمی حوزه علمیه قم (گردآورنده)، راه و رسم تبلیغ: با آثاری از حضرات آیات و اساتید شهید مرتضی مطهری...، قم، دفتر نشر برگزیده، چاپ اول، ۱۳۷۸، ۳۱۸ صفحه، رقعی.

واژه تبلیغ، در اصطلاح عالمان دینی به معنای رسانیدن حقایق دینی به دیگری است. وظایف دانشوران مسلمان در تبلیغ آموزه های دینی، در دوره

کنونی بسیار سنگین و مهم است. این مجموعه، گزیده ای از مقاله های علمای اسلامی درباره آیین تبلیغ را دربردارد. عنوان مقاله های کتاب از این قرارند: «اخلاق مبلّغ»/ مرتضی مطهری؛ «سخنوری و بصیرت»/ محمدتقی فلسفی؛ «در تکلیف اهل منبر»/ عباس قمی؛ «آداب تبلیغ»/ علی مشکینی؛ «ویژگی های مبلَغ از دیدگاه قرآن»/ ناصر مکارم شیرازی؛ «وظایف مبلَغ»/ محسن قرائتی؛ «روش خطابه در اسلام»/ جواد محدثی؛ «راه و رسم تبلیغ»/ محمدابراهیم آیتی؛ «دو شرط اهل منبر»/ حسین نوری؛ «باید و نبایدهای تبلیغ»/ محمدتقی مصباح یزدی؛ «اصول تبلیغ»/ جعفر سبحانی؛ «ابلاغ در قرآن»/ محمدهادی معرفت؛ «تبلیغ، علم و عمل»/ احمد صادقی اردستانی؛ «روش مرثیه خوانی»/ عبدالرحیم موگهی.

۳۱.کانی، لیلی (مترجم و گردآورنده)، تلویزیون و دین: شبکه های دینی در یک نگاه، چاپ اول، تهران، اداره کل پژوهش های سیما، ۱۳۸۲، ۹۵ صفحه، رقعی.

تأثیر تبلیغی تلویزیون و قابلیت های ویژه آن، سبب شده است نهادهای مذهبی، در جست وجوی بهره گیری از این فناوری برای تبلیغ و باورهای خود باشند. شبکه های مذهبی با این هدف و نیز به قصد مقابله با ارزش های غیراخلاقی و رهنمون کردن انسان به سوی زندگی متعالی و معنوی، فعالیت خود را آغاز کردند.

با توجه به ضرورت بهره برداری از ابزارهای کارآمد تبلیغ دینی، کتاب حاضر به بررسی و معرفی شبکه های تلویزیونی مذهبی جهان می پردازد. در این مجموعه نویسنده، تنها، مواردی را که به طور رسمی در شبکه اینترنت قرار داشته و با کمک موتورهای کاوشگر می توان به اطلاعات آنها دست پیدا کرد، معرفی کرده است. شبکه های تلویزیونی المستقبل، المنار، بازگشت به انجیل، فرشته آسمانی، ندای پیروزی مؤمنان و شبکه پخش اسلامی، در این کتاب معرفی و تاریخچه و چگونگی عملکرد آنها بررسی شده است.

ص:۵۵

۳۲.کاویانی، محمد، روان شناسی و تبلیغات (با تأکید بر تبلیغ دینی)، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۷، چاپ اول، ۴۶۴ صفحه، وزیری.

تبلیغات آگاه، برای موفق بودن و یافتن پاسخ های عملی، از رشته های مختلف علوم انسانی، از جمله روان شناسی بهره می گیرد. بسیاری از شاخه های روان شناسی، در عرصه تبلیغات کاربرد دارند. کتاب حاضر که در ده فصل تنظیم یافته، می کوشد ضمن بحث و بررسی درباره کاربرد روان شناسی در تبلیغات، با توجه به دیدگاه های دینی و اسلامی، در پایان «مدل اسلامی تبلیغات» را ارائه کند. ابزارهای تبلیغات در رسانه ها و کانال ها؛ ویژگی های روان شناختی مبلّغ؛ تکنیک های روان شناختی کاربردی؛ قانون مندی روان شناختی پیام گیرنده (جنبه های تحولی)؛ قانون مندی روان شناختی پیام گیرنده (جنبه های غیرتحولی) زمینه های ارسال و دریافت پیام؛ قانون مندی روان شناختی مربوط به پیام؛ جنگ روانی و مدل اسلامی تبلیغات، از بحث های اصلی مطرح شده در کتاب هستند.

۳۳.کریمی، سعید، اعتدال سیاسی و نقش رسانه در پیدایش و توسعه آن، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۰، ۹۰ صفحه، رقعی.

هر چند اسلام اختلاف سلیقه ها را می پذیرد، با هر گونه دودستگی، کارشکنی و هر ساز و کاری که به تضعیف جامعه اسلامی بینجامد، مخالفت می کند. اسلام توافق همگانی را در پرتو تحمل دیدگاه های مخالف، ارزیابی می کند و در پی ایجاد اعتدال سیاسی است. در این میان، صدا و سیما به عنوان نهاد آگاهی بخش می تواند، بر اساس وظیفه فرهنگی ـ تبلیغی و گستره اطلاع رسانی خود، در تقویتِ اعتدال و کاهش تنش های سیاسی، نقش مهمی را بر عهده بگیرد.

کتاب حاضر در سه فصل کلی به این مهم می پردازد. پی آمدهای تندروی و اعتدال سیاسی؛ نقش رسانه ها به ویژه صدا و سیما در تنش و تندروی

سیاسی؛ و نقش صدا و سیما در پیدایش و گسترش عناصر اثرگذار بر اعتدال سیاسی با تأکید بر آیات الهی و سیره پیامبر و معصومین:، از مهم ترین مبحث های کتاب هستند.

۳۴.کریمی، عبدالعظیم، روان شناسی تبلیغات: راهبردهای روان شناختی تبلیغ (با مخاطبان جوان)، تهران، ستاد اقامه نماز و احیای زکات، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۲۰۴ صفحه، (پژوهشگاه)، وزیری.

روان شناسی مخاطبان و شناخت روحیات و منش و رفتار ایشان، از اصول اولیه تبلیغات است. اگر این راهبرد یعنی کاربرد روان شناسی در تبلیغ، با رویکرد علمی نگریسته شود، بی تردید، نتایج ارزشمندی برای مبلّغان به دنبال خواهد داشت. پژوهش حاضر در دو بخش گرد آمده است. در بخش نخست با عنوان «گستره و ابعاد تبلیغ» اطلاعاتی درباره تبلیغات در عصر جدید (زمان شناسی تبلیغ) و مخاطب شناسی (روان شناسی نوجوانی) درج و سپس شیوه ها و مراحل تبلیغ (روش شناسی تبلیغ) توضیح داده شده است. ضمن آنکه نکته ها و گزاره های روان شناختی در تبلیغ و تربیت نیز مطرح می شود. چگونگی تبلیغ و آموزش ارزش ها (مضمون شناسی) و اصول و ویژگی های تبلیغ در قرآن، از دیگر مبحث های بخش نخست هستند. بخش دوم حکمت ها و حکایت هایی دربردارد که برخی از موضوع های آن بدین قرارند: انواع مخاطب ها در تبلیغ، تبلیغ با زبان جوانان، پرورش حس دینی، تبلیغ عادت گریز، اول اندیشه وانگهی گفتار و تبلیغ درونی و نیت در تبلیغ. همچنین در کتاب سه پیوست با موضوع های «آشنایی بیشتر با دوره نوجوانی»، «خصوصیات دوره نوجوانی بر حسب سال به سال (از ۱۰ تا ۱۶ سالگی)» و «قدرت اقناع سازی تبلیغات» گنجانده شده است.

۳۵.مارسل، گابریل، تئاتر و دین، ترجمه: جلال ستاری، تهران، انجمن نمایش، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۱۰۴ صفحه، رقعی.

یکی از مهم ترین کاربردهای هنر نمایشی، پرداختن به موضوع ها و مقوله های دینی و مذهبی و استفاده از هنر نمایش به عنوان ابزاری تبلیغی در حوزه دین و جوامع دین محور است. این مسئله، هنر تئاتر را ابزاری تأثیرگذار در ترویج مضامین الهی معرفی می کند.

کتاب حاضر، متن دو سخنرانی از نگارنده را دربرگرفته که یکی را در بروکسل (۱۹۵۶) و دیگری را در کوبورگ (۱۹۵۷) ایراد کرده است. «دین و کفرگویی در تئاتر معاصر فرانسه» و «مفهوم درام مسیحی و ارتباط آن با تئاتر کنونی»، عنوان این دو سخنرانی است که در آنها جنبه های اخلاقی، مذهبی و دینی هنر نمایش بررسی و بازگو شده است. در پایان کتاب نیز مترجم مبحثی با عنوان «هنر دینی» پیوست کرده است.

۳۶.مارش، کلایو، سینما و مقصود: چالش فیلم با علوم الهی، برگردان: نگین نگهبان، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۲۵۵ صفحه، رقعی.

تأثیر فیلم ها بر مخاطب و تأثیر مخاطب بر فیلم ها، موضوع اصلی کتاب حاضر است که در آن بررسی می شود: نقش مذهب گونه یک فیلم، در شکل گیری و جهت دهی به زندگی تماشاگران چه سهمی دارد. همچنین، با کاوش در سینمای بریتانیا، به نقش فیلم ها در بیان باورهای مذهبی توجه می کند. این کتاب، دربردارنده هفت بخش و چهار مطالعه موردی است. رفتن به سینما به عنوان یک کار مذهبی؛ عبادت به عنوان یک سرگرمی؛ تأثیر فیلم ها بر مخاطبان: رهایی از زندان شاوشنگ؛ تأثیر فیلم بر روی مردم: تایتانیک؛ پذیرش فیلم از دیدگاه

خداشناسی؛ و تماشای فیلم به عنوان یک عمل خداشناسانه، از عنوان های برخی از بخش های کتاب هستند. در مطالعات موردی، فیلم های رابین ویلیامز، تایتانیک، فیلم های برادران کوئن و رهایی از زندان شاوشنگ، نقد و بررسی شده اند.

۳۷.مایلز، مارگارت روت، دیده و ایده: جایگاه مذهب و ارزش ها در فیلم های سینمایی، ترجمه: حسن بلخاری، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۲۴۸ صفحه، رقعی.

این کتاب، بررسی جامعه شناسان تأثیرهایی است که فیلم های امریکایی بر جامعه می گذارند و نیز در مقابل، از تأثیری که گرایش های اجتماعی جامعه روی شکل گیری فیلم ها و موضوع ها و قصه های آنها گذاشته اند، بحث هایی شده است. از سویی مطالعات فرهنگی، فهم و درک عمیق مذهب و تاریخ، به همراه عشق به فیلم ها، بر غنای مطالب می افزاید. به طور کلی، پژوهش حاضر در جست وجوی کشف این نکته است که فیلم های دهه ۸۰ و ۹۰ در زمینه مذهب و ارزش هایی که مردم با آن زندگی می کنند، چه حرفی برای گفتن دارند. مذهب در فیلم های عامه پسند؛ مذهب و فیلم همچون محصولاتی فرهنگی؛ نمایش اسلام و یهودیت در یک جامعه مسیحی؛ بنیادگرایی مسیحی در فیلم عامه پسند؛ نژاد، جنسیت و تمایلات جنسی در فیلم های عامه پسند؛ عشق در فیلم ها؛ و مذهب و ارزش ها در فیلم، برخی از موضوع های بررسی شده در کتاب هستند.

۳۸.محسنیان، مشهود (مترجم و گردآورنده)، تئاتر مینوی (مجموعه مقاله ها)، تهران، پرسمان، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۹۴ صفحه، رقعی.

مفاهیم دینی از مسائل فطری و بشری اند و به یک سخن، ناخودآگاه انسانی است. حال اگر این مفاهیم در صحنه تئاتر جلوه گر شوند، یعنی نمایشی به امور

دینی و اخلاقیات مرتبط یا آمیخته باشد، به خودی خود برای مردم جذاب خواهد بود. بدیهی است، اگر در تولید تئاترهای دینی اخلاص و صداقت نباشد و هدفی جز امور دینی مد نظر باشد، دیگر در حیطه تئاتر دینی جای نمی گیرد.

مجموعه حاضر مقاله هایی را دربردارد که رابطه مذهب و معنویت با مفاهیم نمایشی را مطرح می کنند. این مقاله ها از فصلنامه مذهب و تئاتر چاپ امریکا برگرفته و ترجمه شده اند که زمینه های موضوعیِ آنها برای بررسی، تمرین بازیگری، مفاهیم و ساختارهای تئاتر و ارتباط آن با معنویت انسانی هستند. نیز هدف این پژوهش های مقاله ای، آشنا ساختن مخاطبان با خاستگاه های تئاتر و بیان رابطه معنوی و درونی این هنر با انسان معاصر است.

تئاتر معنوی؛ دراما و مذهب؛ ایجاد رابطه میان موعظه و تئاتر؛ معنویت و تمرین بازیگری؛ و از معنویت تا کنش تئاتری، عنوان برخی مقاله های کتاب هستند.

۳۹.محمدخانی، محمدرضا، بررسی اجمالی استراتژی فرهنگی تبلیغاتی مسیحیت در کشورهای مسلمان، تهران، اداره کل پژوهش های سیما، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۱۱۷ صفحه، رقعی.

رسانه های ارتباطی نوین، هموارهشیوه ها و ترفندهای آنان، به مبلّغان و مسئولان امور دینی کمک خواهد کرد تا بهتر و کارآمدتر به مقابله با آن بپردازند.

در این مجموعه، شیوه های تبلیغی و تهاجم فرهنگی مسیحیت بر ضد اسلام و مسلمانان شناسایی شده است. بدین ترتیب که پس از بررسی شکل گیری تاریخی شریعت در مسیحیت؛ معرفی اناجیل و بازگویی برخی از ضعف های آن، کوتاه و گذرا به موضوع کلیسا و واتیکان می پردازد. سپس انگیزه های تعارض مسیحیت با اسلام و جریان تبلیغاتی مسیحیت واکاوی، و

در ادامه درباره چگونگی بهره برداری از مطبوعات و انتشارات و رسانه های ارتباطی برای تبلیغات علیه جهان اسلام، بحث می شود.

۴۰.محمدی ری شهری، محمد، تبلیغ در قرآن و حدیث، ترجمه: علی نصیری، قم، دارالحدیث، چاپ اول، ۱۳۸۰، ۴۶۸ صفحه، وزیری.

تبلیغ دین در کنار پاسبانی از حریم آن، مهم ترین وظیفه حوزویان و دین داران است. آنچه امروزه جایگاه و اهمیت تبلیغ را برجسته تر می سازد، تلاش پیگیر سازمان های استعماری برای ترویج دین های منسوخ و ضمن آن، کم فروغ ساختن نور اسلام است. در چنین شرایطی، آگاهی از وضعیت تبلیغ و مبلّغ و شناخت مخاطب، ارزش و ضرورت بسیار بالایی دارد. اثر حاضر که در هشت فصل تنظیم یافته است، نخست به جایگاه تبلیغ و اهمیت آن می پردازد. سپس جایگاه مبلّغ و فضیلت ها و مسئولیت های آن و رسالت و وظایفی را که مبلّغ در این راه برعهده دارد، تبیین می کند. پس از آن، ویژگی های مبلّغ از جمله ویژگی های علمی؛ مخاطب شناسی و شناخت زمان و مکان در تبلیغ را بررسی می نماید. ابزارهای تبلیغ، عنوان مبحث فصل پنجم است که در آن، از نقش گفتار، اندرز دادن، سخنرانی، شعر و... سخن به میان آمده است. آداب تبلیغ، آفات تبلیغ و آثار تبلیغ عملی، عنوان های مبحث های پایانی کتاب هستند که با استفاده از آیات قرآن و احادیث تبیین شده اند.

۴۱.محمدی، مجید، دین و ارتباطات، تهران، کویر، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۴۴۰صفحه، رقعی.

پی آمدهای گسترش حوزه نفوذ و تأثیرگذاری رسانه ها، از جنبه های گوناگونی مطالعه و بررسی شده اند. یکی از این حوزه های مهم، رابطه گسترش رسانه ها با دین است. این امر، مسائل و پرسش های گوناگونی را برمی انگیزد: اینکه نشر و پخش دینی چیست؟ تبلیغ دینی پس از به صحنه آمدن رسانه های همگانی، چه دگرگونی هایی را پشت سر گذاشته است؟ آیا با مقایسه میزان و کیفیت نشر و پخش دینی کشورها، می توان دینی بودن آنها

را اندازه گرفت؟ نهادها، شعائر و هنرهای دینی چگونه در رسانه های همگانی حضور پیدا می کنند؟ تحولات فرهنگی جهانی که بیشتر ناشی از گسترش رسانه هاست، تا چه اندازه دینی یا غیردینی است؟ خصوصی یا دولتی بودن یک رسانه، چه ارتباط با کمیت و کیفیت نشر یا پخش دینی دارد؟ و پرسش هایی از این دست، مسائلی هستند که در این کتاب بدان ها پاسخ داده می شود.

طراحی این پژوهش در سه سطح انجام گرفته است. سطح نخست، دین را به طور کلی در عرصه ارتباطات می بیند. بدین ترتیب، از ارتباطات میان فردی تا ارتباطات میان گروه های اجتماعی و سازمان ها و ارتباطات میان فرهنگی و میان مالی را بررسی می کند. در این سطح نقش ارتباطی دین و جایگاه دین در انواع ارتباطات بیان می شود.

در سطح دوم که تا حدودی از سطح نخست خاص تر است، دین را در چارچوب رسانه های همگانی امروز (چاپی، الکترونیک، کتاب، مطبوعات، رادیو، تلویزیون، سینما و...) بررسی می کند. در این قسمت، مسائلی مثل ایدئولوژی، آگاهی مذهبی، آموزش و تبلیغ، نهادهای دینی و مانند آنها طرح شده است. سطح سوم به برنامه ها و مواد دینی رسانه ها اختصاص یافته و موضوع های مطرح در آن، مانند انواع و قالب های برنامه ها و مواد دینی؛ نسبت برنامه های دینی و فرهنگ؛ حضور دین در تصاویر سینمایی؛ دین در چارچوب هنر و اسطوره ها؛ دین و حقوق رسانه ها؛ انواع گرایش های دینی در رسانه های همگانی؛ برنامه های دینی در تلویزیون های جهان؛ دین در قالب فیلم؛ دین در قالب روایت؛ دین و زبان هنر، از بحث های اصلی کتاب هستند.

۴۲.محمدی، محسن، علل نمازگریزی و نقش رسانه در گسترش نماز (۲)، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۳، ۱۸۹ صفحه، رقعی.

نماز بارزترین فرهنگ عبودیت است که باید از هر راه و ابزاری برای گسترش آن سود جست. از سویی، برخی رسانه های گروهی مانند تلویزیون با توجه به

شمـار بالای مخاطبـان و تـأثیر و نفوذ گسترده آنهـا در جوامع امروزی، ابزار توانمنـد و مناسبی در جهت ترویـج این امر مهم و جلوگیری از نمازگریزی هستند.

اثر حاضـر در سه بخش سامان یافته است: بخش اول در مورد علل نمازگریزی بحث می کند. این بخش شامل پنج فصل اسـت کـه در فصـل هـای اول و دوم، جایگـاه موضـوع در میـان مبحث هـای فرهنگی و اجتمـاعی و نیز علت هـای اجتمـاعی، فردی، خـانوادگی و فکریِ بی میلی به نماز بیان شـده است. در فصل سوم، توصـیه های لازم برای برنامه ریزان کشور در سـطح کلان بررسـی می شود. توصـیه هـا و راهکارهـایی برای مسـئولان فرهنگی و اجتمـاعی و نقش خانواده و حوزه های علمیه در عرصـه نمازگزاری، فصل های بعـدی این بخش را تشـکیل می دهند. نویسـنده در بخش دوم با عنوان «نقش رسانه در گسترش نماز»، عملکرد صدا و سـیمای جمهوری اسلامی ایران در گسترش فرهنگ نماز را بررسی می کند و راهکارهای مختلفی را به منظور ترویـج فرهنـگ نمـاز در برنامه های تلویزیونی ارائه می دهـد. در بخش پایانی کتاب نیز محورهای قابل توجه در برنامه سازی طرح شده است.

۴۳.مددپور، محمد، دین و سینما، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۷، ۳۳۶ صفحه، رقعی.

این پژوهش، مجموعه مبحث هـایی را که رابطه بین دین و سـینما، حضور دین در سـینما و در نهایت سـینمای دینی را بررسـی کرده انـد، دربردارد. کتـاب حاضـر در دوازده فصـل تنظیم یـافته و موضـوع هـایی چـون مابعـدالطبیعه سـینمای نفسـانی غرب؛ انکشاف عالم دین در جهان سـینمایی؛ سینمای دینی، آوردن غیب به عالم شهادت؛ سینمای دینی آسمانی است؛ مبانی صوری و معنوی سـینمای دینی؛ حکمت معنوی سینما؛ سینمای حاتمی کیا در مقام محاکات؛ توهّم شبه فلسفی یا تحلیل سینمایی و سیر و سلوک سینماگران و گسسته فردی سینمای ایران را تحلیل و نقد کرده است. یادآوری می شود، برخی از

مبحث های این مجموعه، پیش تر در کتاب سیر و سلوک سینمایی از همین نویسنده، منتشر شده است.

۴۴.مددپور، محمد، سیر و سلوک سینمایی، تهران، برگ، چاپ اول، ۱۳۷۳، رقعی.

سینما در حالی که بالذّات، عالم و تکنیک و سیطره را منعکس می ساخت، در آغاز، تصویر متحرک را به عرصه بیان مستندها یا داستان هایی از زندگی وارد کرد، ولی در مرحله بعد، برخی سینماگران به تصویر محض گرایش یافتند و نقش داستان را در فیلم، انکار کردند. در این حال، فیلم بیشتر به یک تابلوی نقاشی پست مدرن یا یک تصویر سورئالیستی محض می ماند که در آن، سینماگر ضمن ابداع یک واقعیت انتزاعی، مخیل تماشاگر را به درون بینی و سیر در اعماق فرامی خواند. کتاب حاضر در چهار فصل، با عنوان های «مابعدالطلبیعه و مافی الطبیعه سینمای نفسانی غرب»؛ «مابعدالطبیعه و مافی الطلبیعه سینمای ولایی موعود»؛ «توهم شبه فلسفی یا تحلیل سینمایی» و «گسسته خردی سینمای ایران» تدوین یافته است. اسلامی کردن هنر و سینمای کنونی، مرگ آگاهی یا خلسه سینمایی، سکرِ سوبژکتیویته و سکر اولیای الهی، چهره نفسانی واقعیت در جهان سینمایی، واقعیت سینمایی و توهم جاودانگی، تجلی امر نامقدس در هنر و سینمای غرب و مرگ آگاهی در تراژدی و تعزیه، از جمله مبحث های مطرح شده در کتاب هستند.

۴۵.مددپور، محمد، سینمای اشراقی: سینمای دینی و هنر اشراقی شهید آوینی با نظری به عکاسی اشراقی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۲۴۶ صفحه، رقعی.

اصطلاح «سینمای اشراقی» را نخستین بار سید مرتضی آوینی به کار برد. او درحالی که با اصطلاح «سینمای اسلامی» موافق نبود، در گذر زمان به این نتیجه

رسید که سینما به منزله گونه ای تجربه هنری، با حقیقت نسبتی دارد. از این دیدگاه، می توان با نوعی تصرف در جوهر تکنیک که آن نیز بنیادی وجودی و تقربی با وجود حق و حقیقت دارد، در نهایت به مرتبه ای از استعلا و تعالی نایل آمد. کتاب حاضر در پنج فصل به بهانه طرح دیدگاه های شهید آوینی، جایگاه دین در سینما را بررسی می کند. سیروسلوک پس فردایی شهید آوینی؛ تفکر معنوی در برابر تفکر حسابگرانه؛ ماهیت سینمای اشراقی شهید آوینی؛ واقعیت به مثابه آینه تجلیات الهی؛ در مستند اشراقی شهید آوینی؛ نسبت هنر مدرن و آزادی؛ هنر برای هنر در قلمرو نقاشی مدرن؛ و مابعدالطبیعه عکاسی اشراقی، از مطالب موضوعی مهم کتاب به شمار می رود.

۴۶.مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما (گردآورنده)، نماز در رسانه: راهکارهای پرداختن به نماز در برنامه های صدا و سیما (با تأکید بر افکت های محتوایی)، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۱۳۸صفحه، رقعی.

بی شک، توجه به امور مذهبی و پرداختن به مناسک و شعائر معنوی، از مهم ترین وظایف رسانه های دینی، مانند صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران است.

این پژوهش، در سه فصل کلی هدف ها و محورهای مهم موضوع را تبیین کرده است. فصل اول «راهکارهای پرداختن به نماز در برنامه های صدا و سیما» را در زمینه هایی چون ساختار دراماتیک؛ دیالوگ ها و رفتارهای در حال ایفای نقش؛ طراحی صحنه و لوکیشن؛ نماهنگ نماز؛ زیرنویس ها، پلاتو و پیام مجری؛ اشعار نماز و برنامه های کودک و نوجوان و گزارش های خبری، بیان می کند. در فصل دوم با عنوان «برنامه ریزی های کلان رسانه»، محورهایی چون اولویت دادن به نماز؛ ایجاد و تقویت انگیزه؛ توجه به آثار گوناگون نماز؛ پرهیز از پخش برنامه در اول وقت نماز و توجه به نماز در

برنـامه هـای مختلف بررسـی می شود. فصـل پایـانی هم، کتـاب هـا، مقـاله هـا و پایگاه های مرتبط با موضوع نماز را به شـکل توصیفی معرفی می کند.

۴۷.مرکز مطالعـات و تحقیقـات رسـانه هـا، رویکرد اخلاقی در رسانه ها (مجموعه مقالات)، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چاپ اول، ۱۳۷۵، جلد اول، ۲۵۸ صفحه، وزیری.

روزنامه نگاری با پیشـینه کهن آن در کشور ما، همواره تلاش های فراوانی در تـدوین قوانین و مقررات مطبوعاتی تجربه کرده و در عین حـال، به ضـرورت تبیین مبـانی دینیِ مفـاهیم و ارزش های والای اخلاقی در آن کمتر توجه شـده است. اسـتخراج و ارائه دیـدگاه هـای دینی در بـاب ارزش هـای حـاکم بر حرفه روزنـامه نگـاری، جزو نخستین هـدف های «هم اندیشـی اخلاق مطبوعاتی روزنامه نگار مسلمان» بوده است که مجموعه مقاله های ارائه شده در آن، کتاب حاضر را تشکیل می دهد.

عنوان های مقاله های گردآمده در این اثر، عبارتند از: «موانع حضور اخلاق در صحنه مطبوعات»/ محمدتقی سبحانی؛ «اخلاق خبررسـانی قرآن»/ محمود فتحعلی؛ «حق مـداری در عرصه مطبوعات از دیـدگاه امام علی۷»/ محمد سـعیدی مهر؛ «منبع خبر از دیـدگاه معرفت شـناختی»/هـادی صادقی؛ فقه اطلاع رسانی/ محمـدرضا زیبایی نژاد؛ «نقش امپریالیسم خبری در شـکل دهی به افکار عمومی»/ محمدجواد نوروزی؛ «از زبان شناسـی به اخلاق مطبوعاتی»/ عباس سـبحانی؛ «آسیب شناسی ارتباطات، سانسور و خودسانسوری»/ محمد تقدیری.

۴۸.مرکز آموزش مبلّغین معاونت آموزش دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چکیده مقالات همایش نقش آموزش در تبلیغ دین، قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۷۹، ۱۲۸ صفحه، وزیری.

تبلیغ کارآمـد دین، نیازمنـد بستر آموزش پویـا و فعـال است که هم به اصول پای بنـد باشـد و هم به فنون و علوم جدیـد مجهز شود.

ص:۶۶

اثر حاضر که چکیده ای از مجموعه مقاله های مطرح شده در همایش «نقش آموزش در تبلیغ دین» دربردارد، با هدف ارائه راهکارهای آموزش و پژوهش در عرصه تبلیغات شکل گرفته است. برخی از عنوان های چکیده ها عبارتند از: رفتارشناسی سیاسی تبلیغ؛ آسیب شناسی تبلیغات دینی؛ هویت شناسی منطق تبلیغ دین؛ شیوه های جذب جوانان از دیدگاه امام علی۷؛ ویژگی های تبلیغ نبوی از منظر قرآن؛ موانع و ناهنجاری های تبلیغ دینی؛ سیاست تبلیغی امام سجاد۷ در گسترش فرهنگ دینی؛ آموزش کاربرد شعر در تبلیغ؛ الگوپذیری از شیوه تبلیغی پیامبر اکرم۹؛ ساحت بیان در قرآن؛ زیبایی ها و ظرافت های تبلیغ و مبلّغ؛ نکات مؤثر در تبلیغ با رویکرد تبلیغ دینی؛ بایدهای نظام تبلیغ دینی در نهج البلاغه؛ شیوه های مؤثر تربیتی مبلّغان در درونی کردن ارزش های اسلامی و بررسی امور تبلیغی و رفع تنگناهای موجود.

۴۹.مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، مجموعه مقاله های همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم، قم، دفتر عقل، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۲۶۸ صفحه، رقعی.

موضوع رابطه سکولاریسم با رسانه تلویزیون، در واقع از تأثیر و تعامل بنیان های نظری سکولاریسم در حیطه های گوناگون مطالعات رسانه ای سخن می گوید. بی تردید، دغدغه هر فرد دین دار درباره رسانه تلویزیون این است که این پدیده، چه رابطه ای با معانی و معارف دین، آرمان ها و ارزش های دینی و دستورهای دین دارد. رسانه چه مقدار با دین سازگاری یا تنافی دارد و این ناسازگاری در چه حیطه هایی است. کتاب حاضر، مجموعه مقاله های ارائه شده در «همایش سراسری تلویزیون و سکولاریسم» با موضوع های بالا را دربردارد. عنوان های برخی از مقاله ها عبارتند از: تلویزیون و امر سکولار / محمدتقی سبحانی؛ ریشه های سکولاریسم در نظریه های هنجاری رسانه ها / ناصر باهنر؛ سکولاریسم و نظریه های ارتباطات / ابراهیم فیاض؛ جهان

مجازی تلویزیون /هادی صادقی؛ سکولاریسم و تلویزیون / ابوطالبی؛ رسانه و فرآیند سکولاریزاسیون / محمد سلیمی.

۵۰.مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، مجموعه مقالات دومین هم اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم، دفتر عقل، ۱۳۸۸، ۳۲۹صفحه.

در یک بررسی مقایسه ای می توان به تاثیرگذاری دین - از مبانی فکری گرفته تا نظام ارزشی آن - بر روی مطالعات رسانه ای پی برد. با شناخت پیوند مطالعات رسانه با فرهنگ غرب و چگونگی تاثیرپذیری از آن، می توان ارتباط آن با فرهنگ اسلامی را بررسی نمود. کتاب حاضر شامل مقالات دومین هم اندیشی رسانه تلویزیون و سکولاریسم است که با هدف زمینه سازی علمی برای بررسی تاثیر دیدگاههای اسلام در مطالعات رسانه ای برگزار شده است. برخی از عناوین مقالات عبارتند از: سکولاریسم و روش ناسیهای غالب در تحقیقات رسانه های جمعی/ ناصر باهنر؛ هستی شناسی تلویزیون/ حجت ا... بیات؛ مدیریت پیام و جهت گیریهای سکولاریستی/ محمد سلیمی؛ عقلانیت سکولار/هادی صادقی؛ مطالعات تطبیقی سنتهای تصویری ایرانی و اروپایی/ علی اصغر فهیمی¬فر؛ نظام رسانه ای سکولاریستی/ ابراهیم فیاض؛ سریالهای دینی: تعامل پیام دینی و زندگی روزمره/ مسعود کوثری؛ عناصر بیانی تلویزیون و دنیاگروی/ حمید رجایی؛ رویکردهای عرفی در تولید برنامه های دینی تلویزیون/ مهدی منتظرقائم؛ رسانه ای شدن دین و سکولاریزاسیون/ محمد مهدی موسوی مهر.

۵۱.مریجی، شمس الله، کاربرد جامعه شناسی در تبلیغ، تهیه کننده: دانشگاه باقرالعلوم۷، قم، تپش، چاپ اول، ۱۳۸۷، ۳۰۰ صفحه، وزیری.

بی تردید، بهره گیری از دانش جامعه شناسی در عرصه تبلیغ، می تواند گام مؤثری در برقراری ارتباط، که شرط نخست موفقیت تبلیغی است، به شمار

آید. این علم که به بررسی رفتار گروهی افراد در جامعه می پردازد، در محورها و عرصه های متعدد، مبلّغ را یاری می دهد تا با بهره گیری از داده های جامعه شناختی، ارتباط بهتر و بیشتری با مخاطبان جامعه تبلیغی خود برقرار کند.

کتاب حاضر در شش فصل، انواع بحث های جامعه شناسی را به همراه نمونه های تبلیغی، برای استفاده و یاری مبلغان در فرآیند تبلیغ، بیان کرده است. محورهای ارتباطی جامعه شناسی و تبلیغ؛ اهمیت و تعریف فرهنگ؛ خرده فرهنگ ها؛ ویژگی های ارزش های دینی؛ پایگاه و نقش اجتماعی؛ جامعه پذیری و فرهنگ پذیری و نقش مبلّغ؛ فرهنگ پذیری تأکید دینی؛ نقش رسانه ها در جامعه پذیری؛ انحرافات و کنترل اجتماعی؛ انحراف از منظر متون دینی و گروه ها و نهادهای اجتماعی، برخی از عنوان های مطرح شده در کتاب هستند.

۵۲.مکتبی، محمد، علیرضا پیروزمند و شیده صادقی، نقش نظام نظارتی در کنترل رفتارهای نابهنجار، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۴، ۷۱ صفحه، رقعی.

گسترش ناهنجاری ها، همواره فرهنگ عمومی جامعه را تهدید می کند. بدیهی است، ضعف یا نبود فشار ارزش ها و هنجارها در جامعه، حلقه واسطه میان گسترش ناهنجاری ها و رواج آن در نظر گرفته می شود. اهمیت این مسئله زمانی دو چندان می شود که رسانه های ارتباط جمعی، خود، اشاعه دهنده و زمینه ساز ناهنجاری ها باشند.

بدین ترتیب، پرسش هایی از این دست مطرح می شود که: چه ویژگی هایی از رسانه، سبب اشاعه رفتارهای نابهنجار است؟ تلویزیون چه عملکردی در گسترش ناهنجاری ها داشته است؟ پی آمدهای اجتماعی گسترش ناهنجاری ها در صدا و سیما چیست؟ و برای آسیب زدایی برنامه های نام برده چه تدابیری می توان اندیشید؟ کتاب حاضر در دو بخش، «اشاعه رفتارهای

نابهنجار در رسانه» و «نظام نظارتی و نقش آن در کنترل رفتارهای نابهنجار در قلمرو رسانه» را بررسی کرده است. دفتر اول، پس از مفهوم شناسی، به تأثیر رسانه در اشاعه یا مقابله با ناهنجاری ها و نیز ابزار بودن رسانه در غرب برای اشاعه فساد اخلاقی می پردازد. دفتر دوم در چهار فصل، مبحث هایی چون نظام شاخص های نظارت و ارزیابی برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران؛ نقدی بر وضعیت موجود؛ ترسیم وضعیت مطلوب نظارت در سازمان و ضرورت الگوی نظام مند نظارت بر سازمان صدا و سیما را واکاری کرده است.

۵۳.ملکوتی فر، ولی الله و دیگران، امام و بایسته های تبلیغ، قم، دبیرخانه اجلاس حوزه و تبلیغ، چاپ اول، ۱۳۷۸، ۸۴ صفحه، رقعی.

اسلام در نظام تبلیغی خویش، ضمن به کارگیری شیوه های گوناگون، از «خطابه و منبر» بیش از بقیه بهره گرفته و برای آن جایگاهی ویژه قائل شده است. بر این اساس، خطابه های دینی، کارکرد عظیم و تأثیرگذاری در طول تاریخ اسلام و ایران داشته اند. کتاب حاضر برگزیده ای از مقاله های اولین اجلاس حوزه تبلیغ است که به مناسبت تجلیل از سخنور توانا مرحوم فلسفی در قم برگزار شده است. این مقاله های چهارگانه به شیوه ای بایسته ها، ضرورت ها و راهکارهای تبلیغ را از دیدگاه امام خمینی= بررسی کرده اند.

۵۴.موگهی، عبدالرحیم، تبلیغ و مبلّغ در آثار شهید مطهری۱، قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۷۶، ۳۶۸ صفحه وزیری.

گفتارها و نوشته های شهید مطهری در زمینه تبلیغات دینی، مضمون های پرارزشی هستند که می توانند به منزله راهنمایی روشنگر فرا راه مبلّغان قرار گیرد. کتاب نام برده در سه بخش کلی سامان یافته است. بخش اول که «تبلیغ» نام دارد، پس از پرداختن به تعریف تبلیغ و ارزش و اهمیت تبلیغ،

اهـداف تبلیغ را در فهرست هـایی چون دعوت به توحیـد؛ دعوت به جهـان غیب و معـاد؛ دعوت به مکـارم اخلاقی؛ دعوت به عبادت و فطرت و انـدیشه معرفی و تبیین کرده است. گفتارهای اسـتاد مطهری با مبحث هایی چون استراتژی تبلیغ؛ اقسام تبلیغ؛ مخاطبـان در تبلیغ؛ اصول تبلیغ؛ مبـانی و مشـخصات تبلیغـات اسـلامی؛ ابزارهای تبلیغ؛ شـرایط موفقیت پیام ها در تبلیغ و روش تبلیـغ، ادامه می یابـد. «مبلّـغ» عنـوان بخش دوم است که در آن وظـایف مبلّغ؛ شـرایط مبلّغ و اخلاـق مبلّغ از جنبه هـای دینی و اسلامی بررسی می شود.

بخش پایـانی کتـاب «نکته هـا و هشـدارهای تبلیغی» نـام دارد که نکته هـاییماننـد رعـایت آداب اجتمـاعی؛ بردبـاری؛ تفاوت موعظه و حکمت و خطابه؛ پیوند خطابه با اسـلام؛ هشدارهایی تبلیغی چون پرهیز از اظهارنظرهای غیر متخصصانه؛ نفوذ اندیشه های بیگانه؛ تجددگرایی افراطی؛ خطر جمود و جهالت و اصلاح فکر دینی را دربرگرفته است.

۵۵.مولانا، حمید، الگوی مطبوعات و رسانه های اسـلامی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۱۷۱ صفحه، رقعی.

نبودن یـک الگو و مـدل منـاسب برای مطبوعـات و رسـانه هـای تبلیغی که بـا اهـداف و مبـانی انقلاب، جامعه و نظام اسـلامی هماهنگ باشد، یکی از چالش های اصلی جامعه کنونی ماست. همچنین، تبیین نکردن دقیق مرزهای سیاسی، فرهنگی، حقوقی و اخلاقیِ فعالیت مطبوعات که با توجه به الگوی بومی و اسـلامی شـکل گیرد، نظام و جامعه اسـلامی را آسـیب پـذیر خواهد کرد.

این اثر که در هفـده بخش سامـان یـافته، ضـمن بحث کردن درباره مسائلی همچون حـدود آزادی های رسانه ای؛ ضـرورت یا نداشتن ضرورت خط قرمز در فعالیت مطبوعاتی و نیز حقوق مطبوعات و رسانه ها، می کوشد چارچوب یک الگوی مطبوعات و رسانه اسـلامی را تبیین کنـد. مهم ترین مبحث های مطرح شده در کتاب عبارتند از: تئوری ها و الگوهای مطبوعات و رسانه ها؛

فرهنگ مبتذل و رسانه های غرب؛ تناقضات در رسانه های لیبرالیسم؛ کنترل مطبوعات و رسانه ها؛ ریشه های بحران مطبوعات در ایران؛ ارتباطات و رسانه ها در اسلام؛ اخلاق مطبوعاتی و رسانه ای؛ بسیج روزنامه نگاران مسلمان و... .

۵۶.می، جان و مایکل برد، تأملاتی در باب سینما و دین، ترجمه: محمد شهبا، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۷۵، ۱۱۰ صفحه، وزیری.

متکی دانستن سینمای دینی به روایت های دینی و تعریف آن برحسب «موضوع»، در واقع محدود کردن آن است. سینمای دینی نه به موضوع، بلکه به «سبک» و خود تجربه تماشای فیلم، وابسته است. اثر حاضر ترجمه پنج مقاله از مجموعه مقاله های کتاب دین در سینما را دربردارد که در آن، رابطه میان سینما و دین و این اعتقاد که اهمیت معنوی فیلم به محتوا یا موضوع آن ربط چندانی ندارد، بلکه بیشتر به تجربه ما از خود فیلم مدیون است، بررسی شده است. عنوان های مقاله های کتاب عبارتند از: «فیلم در مقام تجلی قدسی»؛ «قصه بصری و تأویل دینی فیلم»؛ «همانندی رویداد در فیلم»؛ «سینما، دین و فرهنگ همگانی»؛ «فیلم و طلب معنا».

۵۷.میراحسان، میراحمد، پدیدار و معنا در سینمای ایران، ویراستار: اکرم السادات ساکت، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۳، صفحه، وزیری.

پدیدار شناسی، پاسخی برای تعیین نسبت سینما و دین پیش رو قرار می دهد که می تواند در بررسی وضعیت سینمای دینی پس از انقلاب اسلامی در ایران و نیز جایگاه کنونی اش، نقش روشنگرانه ای ایفا کند. کتاب حاضر نیز بر اساس چنین دریافتی، نگاهی پدیدارشناسانه به کنه و ذات سینمای دینی و معنوی دارد. این اثر در بخش نخست به وضعیت کنونی سینمای دینی در ایران می پردازد. سپس نهان مایه های حکمت معنوی و ساحت هنر را بر اساس پرسش های اندیشمندان معاصر در زمینه تکنولوژی، بررسی می کند.

ص:۷۲

معناشناسی سینمای دینی، با تکیه بر نقد و تبیین ویژگی های نظام غربی پیرامون نگاه سوداگرانه به سینما، مطالب بخش بعدی کتاب را تشکیل می دهد.

۵۸.نظری، مرتضی، بررسی شیوه های تبلیغاتی مسیحیت۷، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۱، ۲۸۴ صفحه، وزیری.

شناخت روش های تبلیغاتی مسیحیت وابسته و شگردهای تبلیغاتی آنان علیه اسلام، امری ضروری است؛ زیرا از رهگذر این شناخت می توان، تاکتیک های متناسبی را برگزید و با برنامه منظم، منسجم و نیرومند به مقابله و دفع تهاجم تبلیغاتی آنان پرداخت. این اثر در دو بخش کلی محورهای جاذبه های اسلام و محورهای تبلیغات مسیحی بر ضد اسلام را واکاوی می کند. بخش نخست در پنج فصل مبحث هایی چون فرهنگ آیین اسلام؛ اسلام و تمدن اسلامی؛ انگیزه های دشمنی کلیسا با اسلام و مسلمین؛ همسویی کلیسا و استکبار [ستیزان] جهانی؛ و اهداف تبلیغاتی کلیسا و غرب علیه اسلام را دربرمی گیرد. بخش دوم در دو فصل؛ با عنوان های اصول و شیوه های تبلیغ مسیحیت و فهرستی از شیوه های تبلیغاتی آنها از طریق فرهنگ، درباره نکته هایی همچون تحریف قرآن؛ تحریف علوم و معارف اسلامی؛ تفسیر وارونه مفاهیم اسلامی؛ تعابیر ناشایست از شعایر اسلامی و چگونگی استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند مطبوعات، رادیو تلویزیون، سینما، عکاسی و... بحث و بررسی کرده است.

۵۹.نگارش، حمید و سید علی مقیمی فرد و رضا رحمتی، تبلیغ دین از منظر دین، تهیه کننده: پژوهشکده تحقیقات اسلامی، قم، زمزم هدایت، ۱۳۸۳، ۲۲۳ صفحه، وزیری.

تبلیغ دین و شیوه آن، از دغدغه های مهم مبلّغان و عالمان اسلامی است. بیان راهکارها و شیوه های تبلیغ دین از نظر اسلام، در شرایط کنونی ضرورت و اهمیت بالایی دارد. این کتاب، اصول تبلیغ و راهکارهای آن را با توجه به آیات قرآن کریم، روایات و سیره پیامبران و ائمه: به صورت کاربردی ارائه می کند. پژوهش حاضر در شش فصل به نام های «کلیات»؛ «پیام»؛ «پیام گزار»

؛ «پیام گیرنده»؛ «شیوه های تبلیغ» و «ابزارهای تبلیغ دینی» تنظیم یافته است. در فصل ابزارهای تبلیغ دینی، پس از بحث و بررسی درباره اهمیت، مشروعیت و تناسب موضوع، به انواع ابزارها همچون شعر، کتاب، مطبوعات، تصاویر، رایانه، اینترنت، رادیو و تلویزیون، سینما، ویدئو، ماهواره و... توجه و اشاره شده است.

۶۰.نوروز مرادی، کوروش، راهنمای مطبوعات اسلامی: فهرستگان یکصد سال نشریه های اسلامی ایران و ایرانیان، قم، دلیل ما، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۴۸۵ صفحه، وزیری.

این پژوهش، سیاهه ای است از مطبوعات تخصصی و نیمه تخصصی در موضوع های اسلامی با همه شاخه های مربوط به آن، که ایران و ایرانیان در انتشار آن نقش داشته اند. در ایران این فهرست از نظر تاریخی، نخستین نشریه اسلامی در سال ۱۲۸۱ خورشیدی تا انتشار آخرین فهرست نشریه های دارای مجوز در سال ۱۳۸۲ را زیر پوشش قرار داده است. در این راهنما تلاش می شود، تا حد ممکن نشریه های اسلامی ای که ایرانیان در خارج از کشور منتشر کرده اند و نیز نشریه های اسلامی ای را که محل انتشارشان ایران است، ولی غیرایرانیان به زبان های مختلف به ویژه به زبان فارسی انتشار کرده اند، مد نظر قرار دهد. نمایه ای از نام نشریه ها، اشخاص، سازمان ها و شهرها نیز در پایان کتاب به بازیابی اطلاعات کمک می رساند.

۶۱.نیک زاد، علی اکبر (گردآورنده)، رهبری و بایسته های تبلیغی دینی، قم، دبیرخانه اجلاس حوزه و تبلیغ، چاپ اول، ۱۳۷۸، ۱۴۳ صفحه، رقعی.

خطابه و منبر، در نظام تبلیغی اسلام همواره از جایگاه ویژه ای برخوردار است، تا جایی که خطابه را از اجزای فرایض دین اسلام می شمارند. کتاب حاضر، برگزیده ای از رهنمودهای مقام معظم رهبری حضرت آیت الله خامنه ای در زمینه بایسته های تبلیغ و خطابه های دینی را دربردارد که به مناسبت نخستین اجلاس حوزه و تبلیغ تدوین یافته است. مبحث هایی

همچون تبلیغ دینی؛ امر به معروف و نهی از منکر؛ اهداف تبلیغ؛ ویژگی های مبلّغ؛ سازماندهی تبلیغ؛ مساجد و منابر؛ فرهنگ و تهاجم فرهنگی؛ اهداف و حجم تبلیغاتی استکبار [ستیزان]؛ محورهای تبلیغات استکبار [ستیزان]؛ و مقابله با تبلیغات دشمنان، از عنوان های مطرح شده در کتاب هستند.

۶۲.واسعی، علیرضا و محمد شمس الدین ربانی، درآمدی بر روش های تبلیغی ائمه:، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۶، ۲۹۵ صفحه، رقعی.

تبلیغ، رسالت اصلی پیامبران و ائمه: و در عصر کنونی، وظیفه متولیان دینی است. ازاین رو، شناخت روش ها و ابزارهای تبلیغ، امری ضروری به نظر می رسد. شناخت شیوه های تبلیغی ائمه و راه هایی که برای هدایت و ارشاد جامعه به کار می بستند، به منظور سرمشق گیری از آنان به عنوان الگوی برتر انسانی و درک چگونگی برخورد آنان با مخاطبان گوناگون، بسیار اهمیت دارد. پژوهش حاضر در شش فصل تدوین یافته است. فصل اول به مفاهیم، اهمیت و موانع تبلیغ می پردازد. روش هایی که پیشوایان معصوم: برای تبلیغ دین در پیش می گرفتند، مانند خطابه، پرسش و پاسخ، مناظره، داوری و بیان حِکَم الهی و نیز آداب تبلیغ گفتاری ائمه، از مقوله هایی هستند که فصل دوم بدان ها اختصاص یافته است. فصل سوم بررسی موضوع هایی چون: نیروسازی ائمه: به منظور تبلیغ، چگونگی تربیت افراد مناسب برای انجام تبلیغات اسلامی و معرفی تنی چند از مردان و زنان مبلّغ آن زمان را مد نظر قرار می دهد. به مبحث هایی مانند بسترهای تبلیغی ائمه: اعم از شرایط مبلّغ و محتوای تبلیغ، در فصل بعدی توجه شده است. در فصل پنجم نیز چگونگی استفاده ائمه از ابزارهای تبلیغی مانند دعا، عزاداری، وصیت، نگارشِ نامه و... مطالبی آمده است. سپس آخرین بخش کتاب، نحوه کاربرد روش های تبلیغی ائمه و الگوگیری از آنها در استفاده از رسانه های جدید در عصر کنونی را تبیین می کند.

ص:۷۵

۶۳.وو، سارا آتسن، جست وجوی مفهوم در فیلم، ترجمه: علی عامری مهابادی، ویراستار: اکرم السادات ساکت، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، چاپ اول، ۱۳۸۳، ۲۰۲ صفحه، وزیری.

مفهوم گرایی و معناشناسی در سینما، موضوعی است که در سال های اخیر بسیار بدان توجه می شود. جست وجوی مفاهیم با ارزش و پیام های معنوی و به تعبیری، اندیشه گرایی در فیلم، از رویکردهای جدید تحلیل فیلم است. پژوهش حاضر با بررسی محتوای فیلم ها و شیوه های آنها در بیان داستان، به خواننده می آموزد که چگونه پیام های ارزشمند و معانی شان را بفهمد. بررسی و تحلیلی نوزده فیلم معاصر و کلاسیک که بیشتر آنها بنابر مضمون سازمان دهی شده اند، از جمله: بیگانگی (بررسی فیلم های سفر ستاره ای، سولاریس، تماس)؛ پای بند به اصول (بررسی فیلم های نابخشوده و جویندگان)؛ احساس وظیفه (بررسی فیلم های خاطرات کشیش روستا، وال استریت) و خلوص دل (بررسی فیلم های نارست گامپ و جاده)، مطالب بخشی از کتاب را تشکیل می دهند.

۶۴.هوور، استوارت، دین در عصر رسانه، ترجمه: علی عامری مهابادی و فتاح محمدی و اسماعیل اسفندیاری، تهیه شده در مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما و دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها. چاپ اول، قم: دفتر عقل، ۱۳۸۸، ۴۵۳ صفحه، وزیری.

در امتداد قرن بیست و یکم، دین و رسانه روز به روز بیشتر با یکدیگر مرتبط می شوند. بخش اعظم مذهب و معنویت دوران معاصر، از طریق رسانه درک می شود و انتقال می یابد. نمایش روزافزون معنویت و دین به صورت گوتیک، وحشتناک، علمی ــ تخیلی، جادویی، اسرارآمیز و غیرمتعارف در تلویزیون و سینمای عامه پسند و مشاجرات درباره نفس حضور دین در رسانه، پیوستگی این دو حوزه را بیش از پیش نمایان ساخته است. کتاب حاضر به دنبال آن

است که شیوه های امتزاج و برخورد رسانه و دین در تجربه فرهنگی مخاطبان رسانه را ترسیم نموده و به تحلیل نقش رسانه در تاریخ و دین داری معاصر بپردازد. همچنین تلاش دارد، با صرف نظر از تلقی رسانه به عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات به طریق گوناگون به شکل گیری الگویی برای فهم رسانه به منزله جزء جدایی ناپذیر دین معاصر کمک نماید. تحولات نظریات مربوط به رسانه، دین و فرهنگ، رسانه ها و مذهب در مرحله انتقالی، تبیین زندگی و فرهنگ در عصر رسانه ها، درک مذهب و رسانه ها، ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی نزد مسیحیان و معتقدان به ماوراءالطبیعه، جزم اندیشان و سکولارها، بالاخره رسانه ها و فرهنگ دینی عمومی پس از یازده سپتامبر از جمله عناوین فصول مختلف کتاب می باشند.

۸. Said,Edward W.

۹. Covering Islam: how the media and the experts determine how we see the rest of the world.

۱۰. Snyman, P.G

۱۱. Schrader, Paul.

۱۲. Transcendental Style in Film.

۱۳. Gabriel, Marcel.

۱۴. Theatre et religion.

۱۵. Marsh,clive.

۱۶. Cinema and Sentiment Film's Challenge to Theology.

۱۷. Margaret Ruth (Miles,R.).

۱۸. Seeing and believing: religion and valuer in the movies, c ۱۹۹۶

۱۹. Vaux, Sara Anson.

۲۰. Finding meaning at the movies, c ۱۹۹۹.

پایان نامه ها

پایان نامه ها

آشنا، حسام الدین، اقتدارگرایی، فرهنگ و تبلیغات حکومتی در ایران ۱۳۱۳ _ ۱۳۲۰خورشیدی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۷۱، ۱۵۰ صفحه.

این پژوهش عهده دار توصیف و بررسی کیفیت دخالت دولت در نهادهای اجتماعی و به ویژه به کارگیری نهادهای فرهنگی به منظور تبلیغات حکومتی و اعمال کنترل اجتماعی بر طبقه های مختلف مردم در اواخر سلطنت رضاشاه بر ایران است.

شکل گرفتن حکومت متمرکز در سال ۱۳۰۴، دخالت روزافزون دولت در کلیه شئون اجتماعی را به دنبال داشت. پس از قوای سه گانه حکومت و اقتصاد، فرهنگ به عرصه اصلی اقتدارگرایی تبدیل شد و با استفاده از ویژگی انتقال پذیری فرهنگ، نهاد

آموزش و پرورش به خدمت خواسته های سلطه جویانه حکومت درآمد و به ترویج نگرش های جدید و از بین بردن ارز ش ها و هنجارهای سنتی یاری رساند.

«اقتدارگرایی، فرهنگ و تبلیغات در ایران: ۱۳۱۳ _ ۱۳۲۰ خورشیدی» از شش فصل تشکیل شده است. فصل اول رساله حاضر با بحثی فشرده درباره

ص:۷۹

مقوله هایی چون حکومت، فرهنگ و کنترل اجتماعی مطالبی آورده است. در فصل دوم خواننده با زمینه های داخلی و خارجی ظهور رضاشاه آشنا می شود. فصل سوم نیز به مسئله اقتدارگرایی و نهادهای حکومت و اقتصاد و فصل چهارم به سیاست فرهنگی دولت در دوره رضاشاه می پردازد. محتوای فصل پنجم را، بررسی سیر استفاده از مذهب و مبلّغان مذهبی برای اقناع گروه های سنتی و نیز توصیف زمینه شکل گیری و تحلیل فعالیت های تبلیغی و آموزشی مؤسسه وعظ و خطابه، به عنوان آخرین تلاش رژیم برای استفاده از مذهب، تشکیل می دهد. فصل ششم چگونگی ورود نهضت پیشاهنگی به ایران و تبدیل شدن آن به یکی از مهم ترین ابزارهای تربیت سیاسی نوجوانان و القای ارزش های مطلوب به آنان را بررسی می کند.

ابراهیمی، عباس، بررسی چگونگی حضور مبلغان دینی (روحانیت) در رسانه ملی (تلویزیون ج.ا.ا)، به راهنمایی: شمس الله مریجی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات (گرایش تهیه کنندگی)، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۷، ۱۳۱ صفحه.

این پژوهش با شیوه اسنادی و روش اقدامی پژوهی ضمن تبیین مفاهیمی چون تبلیغ، مبلّغ و دین و معرفی ابزار و بایسته های تبلیغ در متون دین، چگونگی حضور مبلّغان دینی (روحانیت) در رسانه ملی (تلویزیون ج.ا.ا) را بررسی می کند. در این مجموعه با توجه به مستندات ارائه شده به این نکته اشاره می شود که تلویزیون به عنوان یک رسانه ارتباطی، نقش اساسی در تأثیرگذاری و هدایت افکار عمومی جامعه، به ویژه در شکل دهی باور دینی مردم دارد. بر این اساس، نویسنده با توجه به بررسی وضع موجود، آسیب شناسی تبلیغات دینی و ویژگی برنامه دینی با حضور مبلّغان دینی، به این نتیجه می رسد که با تأسف، در سیاست گذاری دینی و تلویزیون، واقعیت هایی مانند نشانه شناسی رسانه تلویزیون، ویژگی های تبیین در کارکردهای ارتباطی، توجه و دسترسی بیشتر مخاطبان و تنوع سلیقه ها و

خواسته ها، به مخاطب، کمتر توجه شده است. در تبیین قدرت تأثیرگذاری تبلیغات دینی با حضور روحانیت در رسانه، باید به چند نکته توجه داشت: به کارگیری روش های هنری و توجه به شرایط ظاهری مبلّغ، سازمان دهی و انتخاب محتوای تبلیغ با توجه به نتایج نیازسنجی صورت گرفته از مخاطبان، استفاده از روش های ارتباطی تعاملی با محتوای دینی، توانایی و تقویت همگرایی و انسجام بخشی مبلّغان دینی، پذیرفتنی بودن برای مخاطبان و توجه به عواملی چون تنوع طلبی، جذابیت، گیرایی احساسات، عواطف انسانی و زیبایی طلبی... .

ابوئی مهریزی، محمدرضا، سیره تبلیغی امام صادق علیه السلام ، به راهنمایی: محمد واعظ زاده خراسانی، استاد مشاور: صادق آیینه وند، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۷۲، ۱۸۰ صفحه.

هدف از این تحقیق، تبیین سیره امام صادق علیه السلام در تبلیغ اندیشه های دینی با توجه به اوضاع سیاسی، اجتماعی و فرهنگی زمان خود است. بدین منظور، نگارنده در بخش نخست، شرایط سیاسی حاکم بر مسلمانان در زمان امام صادق علیه السلام را بررسی کرده تا روشن شود امام با چه حکومت هایی سر و کار داشته و آنان با امام علیه السلام و جامعه مسلمانان چه نوع رفتار و برخوردی داشته اند.

وی سپس به بررسی اوضاع فرهنگی جامعه می پردازد و مکتب های موجود در آن دوره به همراه باورها، اندیشه ها و فعالیت های آنها را با دقت بازگو می کند.

بخش دوم به چگونگی تبلیغ و دربردارنده شیوه های تبلیغی، پیام های امام و مخاطبان وی مربوط است.

ص:۸۱

در فصل پایانی این بخش که درباره مخاطبان امام علیه السلام است، شیوه های متفاوت برخورد امام علیه السلام با دسته های گوناگون مخاطبان تبیین یافته است. نویسنده در پایان پژوهش خود پنج اصل مهم را که عبارتند از: اعتقاد و علم مبلّغ به همراه یقین، عمل به این علم و اعتقاد یقینی، اخلاص و توکل بر ذات باری تعالی، هوشیاری و فراست و شناخت زمان و مکان، به عنوان عوامل مؤثر در یک تبلیغ موفق نتیجه گرفته است.

احمدی زر، محمدحجت، نقش تلویزیون در انتقال الگوهای فرهنگ دینی، به راهنمایی: علی اصغر فهیمی فر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۶، ۱۶۳ صفحه.

تلویزیون به عنوان رسانه ملی با گستره و عمق نفوذ فراوان در خانواده های ایرانی که باورهای مذهبی ویژه ای دارند، می تواند با شناخت از نوع برداشت مخاطبان، در تولید و پخش فیلم ها، سریال ها و برنامه هایش، با ارائه الگوهای متنوع و جذاب، مفاهیم ژرف و ناب اسلامی را به جامعه تزریق کند. در مقابل، این توانایی را دارد که با ارائه سطحی و نادرست الگوهای مطرح شده، جامعه مخاطبان خود را از توجه به مفهومی خاص، بیزار و گریزان سازد.

پرسش اساسی تحقیق حاضر، درباره راهکارهایی است که رسانه تصویری پرمخاطب تلویزیون به منظور انتقال مفاهیم دینی از طریق الگوها از آن برخوردار است. در این پایان نامه، نخست درباره الگو، الگوسازی و مفاهیم مرتبط با آن مانند منبع الگودهنده و تأثیرهای الگو، بحث کرده و پس از آن، به مبحث های علمی، روان شناسی و به ویژه بحث یادگیری اجتماعی و یادگیری مشاهده ای پرداخته است. در ادامه، درباره تلویزیون، اهمیت آن، اقتضائات این رسانه و تأثیرگذاری های آن بحث و بررسی می کند. در پایان به

ص:۸۲

طرح برخی پیشنهادهای نظری و فنی می پردازد. از میان نتایج بحث نظری می توان به موردهایی همچون: بار کردن مفاهیم دینی انتقال پذیر از راه تصویر بر رفتار قهرمانان داستان ها، لزوم حرکت و برنامه ریزی استراتژیک در حوزه تصمیم سازی رسانه و نقش حوزه های علمیه اشاره کرد.

استیری، مهدی، شیوه های بهره گیری مطلوب از برنامه های مناسبتی دینی در کارکردهای سیمای جمهوری اسلامی ایران، به راهنمایی: ناصر باهنر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۶، ۱۶۳ صفحه.

در این پژوهش، شیوه های بهره گیری مطلوب از برنامه های مناسبتی دینی در سیمای جمهوری اسلامی ایران و نیز شیوه ها و راهبردهای مطلوب در تولید برنامه مناسبتی، بررسی شده است؟ این پایان نامه، با روش کتابخانه ای سامان یافته است. از میان راهبردهای مطلوب برای تولید برنامه های مناسبتی دینی، می توان به موردهای زیر اشاره کرد:

۱. تحول غلبه الگوی مناسبتی رسانه های سنتیِ دینی به الگوی مناسب تلویزیون دینی؛

۲. رویکرد همگرا به کارکردهای دینی رسانه های سنتی و مدرن؛

۳. تحول به سوی امید و نشاط دینی. در برنامه های مناسبتی دینی موجود، لازم است ضمن بازنگری، تحول بنیادین روی دهد این تحول و بازنگری باید در برخی عناصر مانند اهمیت و ضرورت، هدف ها، پیام آفرینان، محتوا و قالب های برنامه صورت گیرد. اهمیت این برنامه ها، بر مبنای احساس نیاز و علاقه مخاطبان و توجه آنها در مناسبت های ویژه به این گونه برنامه هاست.

ازاین رو، برنامه های مناسبتی می توانند نوعی حضور فنی مجازی، برای افرادی که در مراسم شرکت نمی کنند، ایجاد کند. هدف های برنامه های

مناسبتی دینی تلویزیون، بیشتر (ارشادی ـ تربیتی) هستند، درحالی که کارکردهای گسترده تلویزیون، تنوع و سرگرمی و اطلاع رسانی می باشد. بدین ترتیب، لازم است هدف های برنامه مناسبتی را بر اساس این دو کارکرد تنظیم کرد.

اسدی کیادهی، روح الله، وجوه موسیقیایی هنر قرائت قرآن کریم و جایگاه آن در رسانه ملی، به راهنمایی: احمد ظابطی جهرمی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی سیما، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۷، ۱۲۴ صفحه.

مجموعه حاضر که در سه بخش تنظیم و تدوین شده، به بررسی جنبه های موسیقیایی هنر قرائت قرآن کریم و جایگاه آن در رسانه ملی می پردازد. در بخش اول، با عنوان کلیات پس از بیان مسئله تحقیق، ضرورت و اهمیت، اهداف و پرسش های اساسی تحقیق بیان شده اند. بخش دوم به بازشناسی هنر قرائت قرآن کریم اختصاص یافته که ضمن بیان تاریخچه هنر قرائت، حدود مجاز موسیقی در روایات را واکاوی می کند. تعامل موسیقی قرائت و ردیف های موسیقی مقامی عرب، تحلیل و تبیین مبانی موسیقایی و عرفی هنر قرائت و ذکر تفاوت های اساسی و بنیادین آنها، از دیگر مبحث های بخش دوم هستند.

در بخش دوم با اشاره به نقش رادیو و تلویزیون در توسعه و ترویج هنر قرائت، جایگاه رسانه ملی در گسترش این فن در دهه های ۶۰، ۷۰ و ۸۰ خورشیدی و تولید و پخش قرائت قرآن در سیمای جمهوری اسلامی ایران را بررسی و چگونگی بهره گیری از آن را در چند شبکه رادیویی و تلویزیونی، از دیدگاه های گوناگون نقد و تحلیل می کند.

بخش سوم نیز با عنوان «راهبرد تولید و پخش قرائت قرآن کریم در رسانه ملی» به تحلیل و جمع بندی مبحث های پیشین و ارائه راهکارها و الگوها و ترسیم چشم انداز پیش رو اختصاص یافته است.

ص:۸۴

نگارنـده در پایان ضـمن تهیه و تـدوین جدولی از مناسـبت های ایام سال و ارائه آیات و مقام های موسـیقایی مرتبط، به منظور رشد و رونق روزافزون هنر قرائت قرآن در ایران اسـلامی، در چندین بند پیشنهادهای را داده که امید است جامعه قرآنی کشور و رسانه تأثیرگذار ملی توجه جدی و شایسته ای بدان داشته باشند.

اعرابی، نادره، انتقال ارزشـی از طریق برنامه های تلویزیون ایران، به راهنمایی: فرامرز رفیع پور، اسـتاد مشاور: ابراهیم فیوضات، پایان نامه کارشناسـی ارشد رشـته جامعه شناسـی، تهران، دانشـکده ادبیات و علوم انسانی، دانشـگاه شـهید بهشتی، ۱۳۷۱، ۲۱۵ صفحه.

فرآینـد انتقـال ارزش هـا، از راه برنامه های مختلف تلویزیونی صورت می گیرد. تزریق این ارزش ها که با ظرافت تمام در لابه لای برنامه ها پوشـیده است، در سـطوح جامعه انتقال می یابد و افراد با شیوه هایی گوناگون چون همانندسازی و تقلید، ارزش های منتشر شده از برنامه های تلویزیونی را درونی می کنند. با توجه به آسان بودن دسترسی به تلویزیون و انبوه مخاطبان آن و بـا در نظر گرفتن این نکته که تلویزیـون تنهـا به عنـوان ابزاری برای کسب خـبر و آگـاهی اسـتفاده نمی شود، بلکه منبعی برای ارسـال و القـای ارزش هـای مختلـف نیز هسـت، اهمیـت فراوان ایـن رسـانه آشـکارتر می شـود. نویسـنده بـا گریز و اشـاره به دگرگونی اجتمـاعی و ارزشـی، که بر اثر انقلاب اسـلامی در جامعه ما رخ داده و با توجه به اهمیت ارزش ها در جامعه و تأثیر انکارناپـذیر تلویزیون در این انتقـال ارزشـی، در پژوهش حاضـر میزان ارزش هـای مصـرفی و مـذهبی که برنامه های داسـتانی تلویزیونی صدا و سیما (در سه مقطع زمانی قبل از انقلاب، سال های اوج جنگ ایران و عراق، و زمان معاصر) منتشر کرده اند، ضوابط و معیارهای این انتقال ارزشی و نیز تفاوت الگوی ارزشی در سه مقطع زمانی یاد شده را بررسی کرده است.

ص:۸۵

الونـدی، علیرضـا، تحلیل محتوای اسـلامی در سـریال پیامک از دیار باقی، به راهنمایی: محمـدعلی هرمزی زاده، اسـتاد مشاور: سید محمد دادگران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات (گرایش تحقیق)، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۷، ۱۳۵ صفحه.

در این پژوهش، نویسـنده بـا اسـتفاده از الگوی شـهید مطهری از ساختـار دین اسـلام و ارزش های اسـلامی، به تحلیل محتوای ارزش های ارائه شده در سـریال «پیامک از دیار باقی» می پردازد. همچنین با بهره گیری از مدل سه مقوله ایِ دین اسلام شامل ارزش هـای اعتقـادی، ارزش هـای اخلاـقی و ارزش هـای فقهی و شـناسایی زیرمقوله هـای رفتـاری، کـل رفتارهـای سـریال را کدگذاری و تحلیل کرده است. روش تحقیق، تحلیل محتوا و متغیرها شامل شخصیت، جهت گیری رفتار، نوع رفتار و نام رفتار است.

در سـریال نام برده، از تعداد ۹۵۷ رفتار ارائه شده، ۵/۸۷ از نوع رفتارهـای مرتبط با ارزش ها و ضـد ارزش های اخلاقی است. پس از آن با فاصـله زیاد، رفتارهای مرتبط با ارزش ها و ضـد ارزرش های فقهی با ۶/۶، از کل رفتارها و پس رفتارهای مرتبط با ارزش ها و ضـد ارزش های اعتقادی با ۶ جای دارند. بیشترین ارزش ارائه شده در سـریال، محبت با ۲/۲۹ از کل رفتارهای ارزشی و بیشترین ضد ارزش ارائه شده در سریال، بی احترامی با ۹/۳۵ از کل رفتارهای ضد ارزشی است.

اهرسـتانی، محمدعلی، بررسـی حضور زن در عرصه های هنر به ویژه سینما و تئاتر در فقه اسلامی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ۱۳۸۵، ۱۰۵ صفحه.

در بین هنرها، هنر نمایشـی اهمیت ویژه دارد؛ زیرا بر مخاطب تأثیری عمیق بر جای می گذارد. امروزه که همه ملت ها و دولت ها برای پیشبرد هـدف های خود از این وسـیله بهره می گیرنـد، ضـرورت دارد نظام اسـلامی نیز در این عرصه از دیگران عقب نمانـد و در جهت پیشبرد هـدف هـای دین، از این هنر زیبـاترین و بهترین بهره را ببرد. نبایـد غافـل بود که زنـان از ارکان مهم جامعه و

نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می دهند. ازاین رو می طلبد که در عرصه هنر، حضوری فعال داشته باشند تا بتوانند به رسالت خود عمل کنند و از هر دغدغه فکری در امان و سلامت به سر برند. بدون شک، برای انسان های پای بند به ارزش های دینی، فقه، تعیین کننده اصل و چگونگی این حضور است. این رساله به اهمیت هنر، جایگاه و محدوده حضور زنان در عرصه هنر به ویژه سینما و تئاتر می پردازد و بیان می کند که امروزه هنر، تنها وسیله انتقال فرهنگ ها و بیان حقایق و عامل ارتباط انسان ها با همه گرایش هاست و هنری ارزشمند است که در رشد جامعه مؤثر باشد. زنان نیز با توجه به جایگاهی که در مکتب اسلام دارند و مسئولیتی که فقه برای آنها در نظر گرفته، می توانند با رعایت ضوابط و معیارهای شرعی، در همه عرصه های هنر همدوش با مردان در رشد و بالندگی جامعه اسلامی و ترویج ارزش های دینی نقش خود را ایفا کنند و حضوری مؤثر داشته باشند.

باهنر، ناصر، بررسی امکان آموزش دین از طریق وسایل ارتباط جمعی نوین: مورد تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، به راهنمایی: حمید مولانا، استاد مشاور: محمدکاظم معتمدنژاد، رساله دکتری تخصصی رشته فرهنگ و ارتباطات، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۸۱، ۲۵۵ صفحه.

ظهور وسایل ارتباط جمعی نوین، شبکه ارتباطات سنتی را دستخوش تحولاتی کرده است. مهم ترین تحول پدیدآمده در این زمینه را باید در انتقال برخی کارکردهای دینی رسانه های سنتی به رسانه های مدرن بدانیم. دین یکی از موضوع هایی است که امروزه راه خود را در وسایل ارتباط جمعی باز کرده است. تلویزیون نیز در جمهوری اسلامی ایران صدها برنامه دینی در قالب های گوناگون تهیه و پخش می کند.

پژوهش حاضر می کوشد حضور دین در برنامه های تلویزیونی ایران را بررسی کند. فصل اول این نوشتار درباره «دین و رسانه ها در جریان نوگرایی»

است، که در آن بر سر سه نظریه نوسازی لرنر، همگرای مولانا و نظریه مک لوهان بحث و بررسی می شود. فصل دوم با عنوان «رسانه های سنتی اسلامی در ایران» رسانه های سنتی دینی در ایران را واکاوی و عناصر ارتباطی آن را تحلیل می کند. فصل سوم با عنوان «دین و تلویزیون در ایران» موقعیت کنونی برنامه های دینی تلویزیون ایران را کانون توجه و نقد خود قرار داده است. در فصل چهارم دیدگاه مسیحی ــ غربی به تلویزیون دینی، با روش اسنادی ــ تاریخی بررسی می شود که به عنوان یک تجربه ویژه، نتیجه ارزنده ای داشته که در بررسی تطبیقی موضوع بسیار با اهمیت است. فصل پنجم با استفاده از نتایج بحث های پیشین، به دنبال دیدگاهی مطلوب در فرهنگ و ارتباطات دینی ایران است تا بتواند اصول تحقق مطلوب آموزش دین از وسایل ارتباط جمعی نوین را تبیین کند.

بدیع، هادی، فرم در سینمای دینی با توجه به آثار کارل درایر، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته تهیه‌کنندگی، به راهنمایی علی‌اصغر فهیمی‌فر، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (قم)، ۱۳۸۸. ۱۱۴ صفحه.

امروزه سینمای دینی به عنوان یکی از اصلی ترین دغدغه های مراکز فرهنگی و هنری کشور مطرح است. بسیاری از دانشمندان این عرصه نیز نظرات مختلف و گوناگونی در این باره ارائه کرده اند. در این بین صدا و سیما به عنوان یکی از دو نهاد اصلی متولی ساخت و تولید فیلم های سینمایی، تلویزیونی، سریال ها و مجموعه های نمایشی به شمار می رود. آنچه در این پژوهش مورد توجه بوده، راه های رسیدن به سینمای دینی با الهام از آثار درایر است. کارل تئودور درایر فیلمساز صاحب نام دانمارکی است که توانسته خود را در شمار معدود کارگردانانی که دغدغه دین داشته اند، قرار دهد. در این نوشتار ضمن بررسی پیشینه و تاریخچه سینمای دینی، این سئوال به عنوان پرسش اصلی مطرح می شود که روش های درایر به تصویر کشیدن مفاهیم دینی چه بوده است؟

ص:۸۸

مهمترین نتایج این پژوهش را می توان اینگونه عنوان کرد که داستان پردازی، اهمیت دادن به بازیگر، اصالت قائل شدن به تصویر، و نور و به کارگیری ابزاری آن، چهار ترفند فرمی است که مورد توجه درایر بوده است که ما نیز برای رسیدن به سینمای دینی می توانیم از این روش ها بهره مند شویم.

بهمنی، حبیب الله، بررسی جنبه های نمایشی قصص قرآن کریم، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده پردیس، دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۹، ۱۵۸ صفحه.

پایان نامه حاضر هشت فصل با عنوان های زیر دربردارد: آشنایی با فقه، آشنایی با نمایش، جنبه های نمایشی در قصه، آشنایی با نمایش های آیینی در تاریخ نمایش، بررسی تطبیقی قصص قرآن، تورات و انجیل و اوستا، تجلی قصص قرآن در نمایش تعزیه (شبیه)، شامل فهرست نمونه های اقتباس شده از قصص دینی و بررسی قصه حضرت موسی و خضر شامل: بررسی جنبه های فنی قصه، تفسیر آیات، داستان موسی و خضر و نگاه مولوی به داستان.

این پژوهش چند ضمیمه نیز دارد: جدول راهنمای آیات قصص قرآن و آمار کتاب ها و مقاله های فارسی و عربی، جدول راهنمای قصص در تورات، جدول راهنمای قصص در انجیل، جدول راهنما و فهرست کتاب ها، پایان نامه ها و مقاله ها در مورد قصص قرآن کریم.

پیرحیاتی، ناصر، بررسی ارتباط گرایش دینی جوانان شهر تهران و میزان توجه به سریال های مذهبی تلویزیون، به راهنمایی: محمدعلی هرمزی زاده، استاد مشاور: سید محمد دادگران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تحقیق در ارتباطات، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۷، ۲۱۷ صفحه.

به منظور بررسی میزان گرایش جوانان شهر تهران به دین و ارتباط گرایش دینی با علاقه مندی به سریال های مذهبی سیما، با ۶۹۵ نفر از جوانان شهر تهران گفت وگوی حضوری انجام شد. روش تحقیق در این بررسی، پیمایشی بوده است. بنابر نتایج این پژوهش، در مجموع ۷۷ درصد از جوانان تهرانی

گرایش خیلی زیاد و زیاد به دین دارند. بین ویژگی های فردی جوانان (جنس، سن و وضعیت تأهل) و گرایش دینی آنان رابطه وجود داشته است. با افزایش سن، گرایش دینی افراد قوی تر بوده، ولی در گروه های مختلف تحصیلی، گرایش دینی افراد همسان بوده است. افراد متأهل گرایش دینی قوی تری نسبت به افراد مجرد داشته اند. بین میزان گرایش جوانان به دین و میزان تماشای برخی سریال های مذهبی مانند «امام علی علیه السلام »، «تنهاترین سردار»، «ولایت عشق»، «مردان آنجلس» و «حضرت مریم علیها السلام » رابطه وجود داشته است. با افزایش میزان گرایش دینی، میزان تماشای سریال های مذهبی تلویزیون نیز افزایش یافته است. بین میزان گرایش جوانان به دین و میزان استفاده از رسانه های مختلف رابطه وجود دارد. با افزایش میزان گرایش دینی، میزان استفاده از رسانه های تلویزیون و رادیو (صدا و سیما) افزایش یافته، ولی با افزایش میزان گرایش دینی، میزان استفاده از رسانه هایی مانند رادیوهای خارجی، ماهواره، اینترنت، ویدئو و سی دی کاهش یافته است. همچنین، بین میزان استفاده از روزنامه ها و مجله ها با میزان گرایش دینی رابطه ای نبوده است.

پیوندی، محمدرضا، درآمدی بر طرح موضوع معاد در رسانه، به راهنمایی: محمدجواد وزیری، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۲، ۱۶۰ صفحه.

تبلیغ مستقیم یا غیرمستقیم مفاهیم دینی در رسانه های جمعی، سابقه چندانی ندارد. مفاهیم دینی به دو دسته کلی و جزئی تقسیم می شوند که با گستره ای پهناور، بسیاری از مفاهیم انسانی پذیرفته در جامعه بشری را در برمی گیرند. برخی افراد، دایره تبلیغ دین و مفاهیم دین را آن قدر محدود می پندارند که حتی بارزترین مفاهیم دینی هم به عقیده آنان در حیطه فیلم دینی یا هنر دینی قرار نمی گیرد، درحالی که امروزه ضرورت پرداختن به آموزه های دینی در رسانه با

روش های نو، پویا و فراگیر بر هیچ کس پوشیده نیست. بدون شک، تلویزیون به عنوان رسانه ای که در عصر حاضر همه نگاه ها متوجه آن است، رسالتی بزرگ در این زمینه بر عهده دارد. در این میان، ساخت برنامه های عقیدتی و بنیادین، یکی از وظایف اصلی رسانه همگانی تلویزیون است. پژوهش حاضر پس از طرح مسئله و تبیین موضوع معاد و رسانه، مبحث های کاربردی معاد در رسانه را با توجه به آیات و روایات، در فصل اول و دوم بررسی می کند. پژوهشگر در فصل سوم چند نمونه از محصولات تصویری را که در آن به مسئله معاد اشاره شده، معرفی کرده است. فصل چهارم به شرح بایسته های تصویری مرتبط با معاد اختصاص دارد و در فصل پایانی، یک نمونه فیلم نامه تلویزیونی که در آن برخی از مسائل برزخ و معاد تبیین شده است، مطرح می شود.

توکلی، بهرام، بررسی متون نمایشی سینمای دینی با تمرکز بر آثار اینگمار برگمن و آندره تارکوفسکی (پروژه عملی نگارش نمایش نامه پیامبر بر اساس ارداویرافنامه)، به راهنمایی: مصطفی مختاباد، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ادبیات نمایشی، تهران، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۱، ۱۳۱ صفحه.

سینمای دینی مبحثی است که گفت وگوها و بحث های زیادی را برانگیخته است. از آنجا که مبحث سینمای دینی در کل مبحث هایی که با دین در ارتباط هستند، ویژگی چند وجهی دارند و می توان از نگرگاه های گوناگون به آنها نگریست، در این نوشته تلاش اصلی بر ژرف نگری بر معنای واژه دین به عنوان واژه ای اثرگذار بر شکل های هنری و ذات هنر سینما است.

دین در واژه نامه های گوناگون، بستری برای تفکر تعریف شده و بنا بر تعریف ویلیام جیمز «حس شورمندانه حمایت دیدن» در این نوشته با دقت بررسی می شود حجم زیادی از نوشته به این تشریح اختصاص می یابد. نویسنده در ادامه بحث، درباره روش هرمنوتیک و رابطه آن با هنر زیبایی و شکل تفسیر زیبایی های مستقر در آثار هنری، با رویکرد دینی بحث می کند. پس از این مبحث به جهت نزدیک تر شدن به ساختارهای صرف سینمایی و نزدیکی به مکتب های نقد فیلم، مبحث نقد

فیلم بررسی می شود و جریان های معاصر نقد فیلم معرفی و به شکلی خلاصه تحلیل می گردد. نگارنده در پایان مبحث تئوریک، نقد و تفسیر فیلم دینی را مطرح و در پی این بحث، درباره خلاصه ای از زندگی اینگمار برگمن و آندری تارکوفسکی و چکیده ای از فضای کلی ترسیم شده توسط آثار دو سینماگر بحث می کند.

ثابتی، علی اصغر، بررسی تحلیل و مقایسه شیوه های تبلیغی حضرت نوح علیه السلام و حضرت رسول اکرم صلی الله علیه و آله ، به راهنمایی: محمدعلی لسانی فشارکی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم قرآن و حدیث، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۴، ۲۸۵ صفحه.

استفاده از شیوه های تبلیغی کارآمد و مؤثر در امر تبلیغ، مهم ترین رمز پیروزی یک جریان تبلیغی است؛ به گونه ای که می توان میزان و درجه موفقیت یک مبلّغ را از روی شیوه های تبلیغی او تعیین کرد. این ادعا را به عنوان مهم ترین فرضیه این رساله مطرح است؛ از راه مطالعه و بررسی جریان های تبلیغی موفق و ناموفق و استخراج شیوه های تبلیغی هر یک و مقایسه آنها با یکدیگر، می توان اثبات کرد. در این پایان نامه، به منظور اثبات این ادعا، ماجرای تبلیغ حضرت نوح علیه السلام و حضرت رسول اکرم صلی الله علیه و آله در مقام دو تن از پیامبران بزرگوار الهی، بررسی و مقایسه شده است. به این صورت که نخست سیمایی از اوضاع فرهنگی و اجتماعی عصر هر یک از دو پیامبر به تصویر کشیده شده و آنگاه شیوه های تبلیغی و دعوتی هر یک و راه هایی که آن بزرگواران در این عرصه پیموده و وسایلی را که به کار گرفته اند، استخراج شده است. در آخر با بررسی میزان موفقیت هر یک از این دو پیامبر، این نتیجه به دست آمده که موفقیت کلی پیامبر اسلام مرهون استفاده آن حضرت از شیوه های تبلیغی سودمند و مؤثر بوده و رمز ناکامی نسبی حضرت نوح علیه السلام نیز در استفاده آن حضرت از شیوه های تبلیغی غیر مؤثر و گاه زیان بار نهفته است.

ص:۹۲

جانباز، مجتبی، تعامل مطلوب بین رسانه سنتی (مجالس عزاداری و مداحی) و رسانه مدرن تلویزیون، به راهنمایی: ناصر باهنر، استاد مشاور: کاظم معتمدنژاد، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۵، ۱۹۶ صفحه.

این پژوهش می کوشد تعامل مطلوب میان رسانه سنتی (مجالس عزاداری و مداحی) و مدرن (تلویزیون) و اینکه کارکردهای دینی مطلوب تلویزیون در برنامه مناسبتی (مجالس عزاداری و مداحی) کدام است، را تحقیق و تبیین کند. بر همین اساس، برای گذراندن مراحل این پژوهش و یافتن پاسخ های دقیق تر به پرسش های تحقیق، از روش اسنادی و کتابخانه ای در بخش های گوناگون سود برده ایم. الگوهایی که می توان در برنامه های مناسبتِی دینیِ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران بدان ها توجه کرد، عبارتند از:

۱. نشانه شناسی رسانه مدرن (تلویزیون) و بازتاب برنامه های مناسبتی (مجالس عزاداری و مداحی)؛

۲. تعامل رسانه های سنتی و مدرن در رویارویی با کارکردهای ارتباطی. در چهارچوب دیدگاه ساختاری ـ کارکردی و همگرا، می توان بر تعامل مطلوب رسانه های سنتی دینی و رسانه های مدرن تأکید کرد و شاهد حضور مجالس عزاداری و مداحی در تلویزیون بود. بدین ترتیب، طراحی الگویی متفاوت از گذشته، برای پوشش مراسم و سخنرانی های دینی، با تأکید بر ادبیات معناشناسانه رسانه مدرن، ضروری و محل تأکید خواهد بود. این هدف، زمانی فراهم می آید که مزیت نسبی کارکردهای دینی هر یک از دو نوع رسانه (سنتی و مدرن)، مشخص شود.

جانی پور، محمدرحیم، تبلیغ در قرآن و سیره معصومین علیهم السلام ، به راهنمایی: احمد بهشتی، استاد مشاور: سید محمدمهدی جعفری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد فسا، ۱۳۷۶، ۱۷۰ صفحه.

هدف اصلی این رساله بررسی مسئله تبلیغ از دیدگاه قرآن و روایات است. تبلیغ، یکی از ارکان رسالت پیامبران به شمار می رود و از شیوه ها و شرایطی

ص:۹۳

ویژه پیروی می کند. این شیوه ها برخی به مبلّغ و پیام رسان مربوط می شود، برخی دیگر ناظر به گیرنده پیام و مخاطب است و قسمتی از آن به محتوای تبلیغ و ماهیت پیام برمی گردد.

نگارنده با بررسی شیوه های تبلیغی پیامبران مثل حضرت ابراهیم، حضرت نوح، حضرت عیسی علیه السلام و حضرت محمد صلی الله علیه و آله و نیز با تبیین سیره تبلیغی حضرت علی و حسن و حسین علیهما السلام نتیجه گرفته است که آنان از بهترین شیوه ها برای پیام رسانی استفاده کرده و توانسته اند تأثیری گسترده و پایدار بر مخاطبان خود بگذارند.

جعفری، رضا، بررسی میزان موفقیت برنامه های معارفی سیما و علل آن از دیدگاه برنامه سازان، مدیران و کارشناسان رسانه، به راهنمایی: حسن نجفی سولاری، استاد مشاور: ناصر باهنر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۷، ۲۰۸ صفحه.

بهترین شیوه نقد، نقد از درون هر سازمان یا جریان است که بدون شک، موجب رشد و بهبود وضع موجود در آن مجموعه خواهد شد. موضوع پژوهش حاضر، بررسی میزان موفقیت برنامه های سیما و بیان نقاط قوت و ضعف احتمالی در این حوزه و نیز ارائه راهکارهای مناسب در زمینه تقویت این دسته از تولیدات، از دیدگاه برنامه سازان، مدیران و کارشناسان رسانه است. در این پژوهش از سه روش مختلف، اطلاعات لازم به دست آمده است:

۱. مطالعات اسنادی و کتابخانه ای؛

۲. مصاحبه؛

۳. نظرسنجی پیمایشی. ضمن آنکه برای آگاهی از وضع موجود در حوزه تولیدات معارفی، به آمارهای منتشر از سوی سازمان صدا و سیما مراجعه شده با جمع بندی مجموعه اطلاعات گرد آمده، مشخص شد که این برنامه ها

از موفقیت خوبی برخوردارنـد. هرچنـد می توان مهم ترین دلایـل ضـعف این برنـامه را به شـرح زیر بیان کرد: ۱. اندک بودن تجربـه کارهـای دینی در تلویزیـون؛ ۲. ضـعف ساختاری؛ ۳. کلیشه ای شـدن شـیوه هـای ارائه این برنـامه هـا؛ ۴. دست نیـافتن تلویزیون به زبـان مشترک بـا نسل جوان؛ ۵. پررنگ شـدن انگیزه های مالی؛ ۶. همراهی مناسب نداشـتن برخی از مـدیران؛ ۷. توجه نکردن به موضوع هـای معرفتی در این حوزه. همچنین پیشـنهادهای گونـاگونی را در پنـج حوزه بیان کرده ایم: ۱. حوزه علمی و پژوهشی؛ ۲. تهیه کنندگان و عوامل تولید؛ ۳. ساختار و محتوا؛ ۴. مدیران رسانه؛ ۵. کارشناسان.

جوادفر، محمد، آسـیب شناسـی تولید فیلم های مسـتند آیینی در ایران، به راهنمایی: محمد آفریده، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۷، ۱۲۲ صفحه.

در این پژوهش آسـیب هـای تولیـد فیلم مسـتند آیینی در ایران بررسـی می شود. در این زمینه، تلاـش بر آن است که با مطالعه کتابخانه ای و تحقیق میـدانی، بخش عمـده ای از آنچه را در این حوزه می توان نقـد و بررسـی کرد و نیز در سـطحی کلی، به منزله قاعـده ای مطلـوب برای فیلم سـاز، در دو حـوزه محتوا و ساختـار به کـار آیـد، مطرح شود. عناصـر فیلم مسـتند در بخش اصـلی، یکی عناصـر اصـلی محتوا است، که شامل تحقیق درباره موضوع و رویکرد فیلم ساز می شود و دیگری، بخش عناصـر اصـلی ساختار است که با زیر عنوان های کارگردانی، فیلمبرداری، صـدا، نور، تـدوین و گفتار متن بررسـی می شود. نویسـنده سپس دیدگاه های کارشناسان و صاحب نظران فیلم مستند درباره آنان را گردآوری و با عنوان یافته های تحقیق ارائه می کند. پس از آن آسـیب های یافته شده در فیلم های انتخابی از جشـنواره فیلم مستند یادگار، دسته بندی و بیان شده است. مهم ترین آسیب های محور «تحقیق درباره موضوع»، در

ص:۹۵

فیلم هـای مسـتند آیین، عبارت بودنـد از: نبود پژوهش های منظم و مبتنی بر اصول علمی مردم شناسـی و آیینی، بی توجهی به موضوع هایی که مخاطب انتظار دارد درباره آنها آگاهی بیشتری پیدا کند و بسـنده کردن به پژوهش های سطحی و دم دستی. مهم ترین آسـیب هـای محور «رویکرد فیلمسـاز دربـاره موضوع» نیز عبارتنـد از: نبود تحلیل و رویکردی علمی در رویارویی با مضـمون فیلم، غیرمنصـفانه بودن تحلیل درباره آیین و مراسم مورد نظر و وجود رویکردی مغرضانه و سلیقه ای درباره مضمون فیلمِ بدون پشتوانه علمی و منطقی.

چاووشـیان، جلال، وحی و ارتباطـات الهی از دیـدگاه قرآن و علم ارتباطـات، پایـان نامه کارشناسـی ارشـد، دانشـکده الهیات معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۷۱، ۲۵۸ صفحه.

نویسـنده در این پژوهش، به منظور دست یابی به تعریفی روشن از برخی مفاهیم اصـلی علم ارتباطات که در تحقیق حاضـر نیز کاربردی مشترک دارد، ضمن معرفی این علم، بر آن بود که پیرامون برخی مسائل عمده دانش ارتباطات مانند تعریف و تاریخ ارتباطات، مطالعات ارتباطی، انواع آن، عناصـر، الگو و مدل ارتباط و نیز دیدگاه ها و نظریه های دانشـمندان این رشـته توضیح کـافی دهـد. در بخش دوم که معرفی مقـدماتی جنبه ای دیگر از بحث آمـده است، بـا مراجعه به کتـاب هـا و منابع موجود در حوزه علوم و معارف اسـلامی، به موضوع ارتباطات الهی برای مثال وحی، توجه شده است. همچنین ضـمن بیان ضـرورت های وجـودی آن، موضوع مـدنظر و نیز پیشـینه و نمونه هـایی از این نوع ارتبـاط را تعریف و توضـیح می دهـد. بخش سوم موضوع ارتباطـات الهی را بـا جزئیـات بیشتری بررسـی و در چهـار فصل با مراجعه به آیات قرآن کریم، انواع مختلف ارتباطات خـدا و مخلوقات را معرفی می کند و با ارائه نمونه های لازم به توضیح آنها می پردازد. بخش چهارم نیز به عناصر

ارتباطات توجه دارد. نویسنده در این بخش بر آن است، در چند فصل، همه عناصر نُه گانه ارتباطی را توضیح دهد و زمینه های اختلاف و تمایز هر یک از آنها را با عناصر مورد بحث در دیگر انواع ارتباطات مانند ارتباطات انسانی تبیین کند. سرانجام در بخش پنجم نظام کلی ارتباط الهی را مطالعه و بررسی می کند. در فصل نخست این بخش، به موضوع وحی به عنوان یکی از برجسته ترین و مهم ترین نظام ارتباط الهی توجه و توضیح و شرحی گسترده مشروحی پیرامون چگونگی کارکرد این نظام ارتباطی ارائه شده است. سپس در فصل دوم، ضمن بیان ویژگی های لازم به منظور طراحی و پیشنهاد مدل ویژه برای ارتباطات الهی، مدل گونه ای را پیشنهاد کرده است.

حاتمی، محمدصادق، مسجد کانون ارتباط توحیدی، به راهنمایی: محمدحسین الهی زاده، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی تلویزیون، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۷، ۱۴۳ صفحه.

مسجد کانون ارتباط دینی است که از بدو پایه گذاری تاکنون، دوران پرفراز و نشیبی را پشت سر گذاشته و با پیدایش اسلام، کارکردهای آن جانی دوباره یافته و از آن زمان، هماره نقطه توجه مسلمانان بوده است. تأثیرگذاری کلیدی مسجد در شکل گیری انقلاب اسلامی در ایران از آغاز تا پیروزی آن و استقرار نظام جمهوری اسلامی، در عصر نظام های نو ارتباطی و رسانه های مدرن جمعی، نشان داد که این پایگاه قدسی، هماره می تواند نقشی محوری در جامعه ایفا کند.

مسجد کانون ارتباطات توحیدی است و همه عناصر آن، مانند فضا، صحن، گنبد و مناره، محراب و منبر و نقش ها و خط های به کار رفته در آن، در خدمت این نظام ارتباط توحیدی است. مسجد مرکز نشر آموزه های الهی، پرورش انسان ها، محل برقراری ارتباط بندگان با پروردگار، پناهگاه و مکان پیوند مردم با خداوند و کانون هم بستگی ها و روابط بشر بر محور توحید

ص:۹۷

است. مسجد با داشتن این ویژگی ها زمینه بنیان گذاری و ترویج تمدن توحید جهانی و جاودانه را فراهم می کند و با ایفای نقش در زمینه های مختلف، متناسب با شرایط و مقتضیات زمان، مانایی خود را به نمایش می گذارد. امروزه، ظرفیت ها و توان مندی های مسجد، ما را بر آن می دارد تا به ضرورت احیای مسجد به عنوان یک کانون ارتباط دینی توجه کنیم و از همه توان، امکانات و ابزارهای در اختیارمان، برای تحقق این ضرورت بهره بگیریم. در این تحقیق، با جست وجو در منابع کهن و آثار و آرای اندیشمندان، کارکرد ارتباطی مسجد، از نگاه رسانه ای برجسته و ضرورت توجه جدی به نقش اساسی مسجد و کارکردهای اصیل آن تبیین شده است.

حسامی، محمد، خشونت در رسانه از منظر دین: در چارچوب نظریه شهید سید مرتضی آوینی، به راهنمایی عباس محسنی، پایان نامه کارشناسی ارشد تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما. قم، ۱۳۸۳، ۱۴۸ صفحه.

مبحث خشونت در رسانه تلویزیون و سینما از دیرباز یکی از مسائلی بوده که ذهن بسیاری از محققین در رشته های مختلف علوم انسانی را به خود مشغول داشته است، اما از سوی دیگر استفاده از این عنصر در برنامه های تلویزیونی و فیلم های سینمایی برای هنرمندانی که سعی دارند این رسانه را در خدمت دین قرار دهند، نیز مهم بوده است. مجموعه حاضر ابتدا زمینه های روان شناختی پرخاشگری و خشونت و نظریه های مربوط به آن را بررسی نموده است. سپس در فصل دوم خشونت از منظر مطالعه رسانه مورد بحث قرار گرفته که در آن مطالبی چون رسانه های جمعی و خشونت، خشونت در سینما، خشونت در تلویزیون، بررسی تحقیقات انجام شده در موضوع خشونت رسانه ای و فاکتورهای تأثیر خشونت رسانه ای بر بینندگان مطرح شده است. فصل سوم پس از مرور مطالب گذشته و بررسی موضوع از منظر دین، فیلم نامه «محرمانه لس آنجلس» در چارچوب نظریه شهید آوینی تحلیل و نقد شده است.

ص:۹۸

حسنی، حسین، ارزش های فرهنگی و دلالت های ایدئولوژیک در تبلیغات تلویزیونی: تحلیل نشانه شناختی آگهی های تجاری شبانگاهی شبکه سوم سیما. به راهنمایی: حمید عبداللهیان؛ استاد مشاور علیرضا دهقان. پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، ۱۳۸۷، ۱۲۰ص.

هدف این تحقیق مطالعه نحوه بازنمایی ارزش های فرهنگی و دلالت های ایدئولوژیک و نیز گفتمان ایرانی ـ اسلامی در آگهی های تجاری تلویزیونی در ایران بوده است. در واقع مسئله اصلی این پایان نامه این امر بوده است که با توجه به تأکید نظام سیاسی ایران برای گنجاندن ارزش ها و باورهای دینی و نیز نمادها و نشانه های فرهنگ و تمدن ایرانی، تا چه میزان این مهم مورد توجه قرار گرفته است. در این مطالعه در قالب نظریه ساختارگرایی زبان شناختی، آگهی های تجاری به مثابه یک متن فرهنگی، بر اساس رویکرد نشانه شناختی رولان بارت فرانسوی تحلیل شده اند. از میان آگهی های تجاری پخش شده از شبکه سوم سیما، تعداد ۳۰ آگهی به عنوان نمونه ای از جامعه آماری آگهی های تجاری برگزیده شده در مورد تحلیل نشانه شناختی قرار گرفتند. تحلیل آگهی ها نشان داد که گرچه در محتوای آگهی ها از مفاهیم دینی و نمادهای فرهنگی استفاده شده، اما این موضوع در مورد ارزش های دینی به شکل استفاده ابزاری و نه محتوایی بوده است. همچنین ما شاهد بازنمایی نمادهای فرهنگ ایرانی و نیز مفاهیم ملی گرایانه و میهن پرستانه بوده ایم، اما این موضوع در بعضی از مواقع به شکل شعاری و کلیشه ای صورت گرفته است. در مجموع می توان گفت که آگهی های تلویزیونی به عنوان یکی از ژانرهای تلویزیونی در بازنمایی گفتمان ایرانی ـ اسلامی چندان موفق نبوده اند و به اهداف خواسته شده نرسیده اند.

ص:۹۹

حسین زاده، احمد، پیام آفرین در ارتباطات گروهی دینی (منبر): بررسی دیدگاه مبلّغان و مخاطبان در شهر قم، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معارف اسلامی و جامعه شناسی مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی رحمه الله ، ۱۳۸۰.

این پژوهش، با هدف مطالعه و بررسی جامعه شناختی شیوه مرسوم تبلیغ دین (منبر)، با این برداشت که منبر نوعی رسانه و محیط ارتباطی است، انجام گرفته است. روش به کار رفته در این تحقیق «پیمایشی» است. بدین ترتیب که مبلّغان، در جایگاه پی آمدهنده، و دانش آموزان سال دوم متوسطه دبیرستان قم، در جایگاه مخاطب (گیرندگان پیام)، جمعیت آماری آن را تشکیل داده اند. پژوهش حاضر در یک مقدمه و چهار فصل سامان یافته است: در فصل اول، مفاهیم ارتباط، انواع ارتباط و عوامل مخلّ و عوامل تقویت کننده تبیین شده است.

در فصل دوم که روش شناسی نام دارد، شیوه گردآوری اطلاعات بیان می شود. با توجه به پیمایشی بودن روش تحقیق، ویژگی های پی آمدهنده و مخاطبان با استفاده از شیوه پرسش نامه ای گردآوری شده است. نمونه اول تحقیق، ۱۱۵ نفر از مبلّغانی هستند که به صورت تصادفی از چهار مرکز آموزشی و پژوهشی انتخاب شده اند و نمونه دوم، دانش آموزان سال دوم دبیرستان های قم در سال تحصیلی ۷۹ _ ۸۰ بودند که از بین آنها ۱۱۰ نفر برگزیده شدند.

در فصل سوم و چهارم، اطلاعات گرد آمده تجزیه و تحلیل شده اند. یافته های پژوهش درباره شش عامل تأثیرگذار در تبلیغ دین به شیوه مرسوم میان دیگر عوامل مخلّ و عوامل تقویت کننده، گویای آن است که از

دیـدگاه مبلّغـان و مخاطبـان، بالاـترین نسـبت فراوانی و درصـد و میانگین، داشـتن قـدرت تخصصـی (علمی) و پایین ترین آن، قـدرت سیاسـی است. دیگر موردها نیز از دیـدگاه مبلّغان به ترتیب: قـدرت اجتماعی، اعتبار اجتماعی، جـذابیت مبلّغ است و از نگاه مخاطبان: اعتبار اجتماعی، جـذابیت مبلّغ و قـدرت اجتماعی. البته پایگاه اجتماعی که جـدا از دیگر مؤلفه ها بررسـی شـده است، بیشترین تأثیر را در جذب مخاطب و تقویت شیوه یاد شده دارد.

خنـدان، محسن، تحلیـل مفـاهیم مربوط به تبلیغ در اسـلام با بهره گیری از دانش ارتباطات، به راهنمایی: مهـدی محسـنیان راد، اسـتادان مشاور: محمدعلی تسـخیری و رضا قلی منافی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۶۹، ۳۱۱ صفحه.

هـدف این پژوهش، بررسـی و تحلیل مفاهیم تبلیغات اسـلامی با اسـتفاده از ظرفیت های دانش ارتباطات است. رساله حاضـر با روش کتابخانه ای انجام و مبحث های آن در شش فصل سامان یافته است:

فصل اول واژه تبلیغ و مترادف های آن را در زبان های فارسـی، عربی و انگلیسـی بررسی می کند. در فصل دوم تعریف تبلیغ، نخست در متون جـامعه شناسـی، روان شناسـی و دائره المعارف ها و سـپس در متون اسـلامی بررسـی می شود. در فصل سوم، ضمن اشـاره به تـاریخچه کوتـاه تبلیغ در جهان و پیشـرفت ابزارهای آن، بر لزوم بازنگری در دسـتگاه تبلیغی اسـلام تأکیـد می کند. فصل چهارم، نخست درباره دانش ارتباطات و مدل های ارتباطی می گوید و سپس مدل منبع معنا را به عنوان کامل ترین مدل ارائه شده، معرفی و واکاوی می کند. فصل پنجم، تبلیغ اسلامی را بر اساس مدل منبع معنا تحلیل می نماید. در فصل ششم نیز جمـع بنـدی و نـتیجه گیری از تحقیـق ارائه می شود. محور اصـلی این پژوهش طرح پیشـنهادی فصـل پنجم، به عنوان «طرح جامع مطالعات تبلیغ» است؛ زیرا اگر این طرح، محور مطالعات و تحقیقات

پیرامون تبلیغ قرار گیرد، عناصر تبلیغ و رابطه بین آنها و تقدم و تأخر و درجه اولویت مبحث ها نیز روشن می شود. این طرح فقط در زمینه کارهای مطالعاتی و تحقیقاتی به کار نمی آید، بلکه در مرحله اجرا نیز کارآیی یک الگوی خوب و کامل را دارد؛ یعنی می توان برنامه ها و پروژه های اجرایی تبلیغی را نیز بر اساس این طرح تشکیل داد.

خیری، حسن، تلویزیون و فرهنگ: بررسی جامعه شناختی برنامه های مذهبی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران و نقد و ارزیابی آن، به راهنمایی: سید محمدصادق مهدوی، استادان مشاور: مهرداد نوربخش و علیرضا محسنی تبریزی، رساله دکتری جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی (واحد علوم و تحقیقات)، ۱۳۸۶، ۳۴۹ صفحه.

شناخت برنامه های دینی از غیردینی در تلویزیون و ملاک تمایز آنها، مسئله ای مهم و اساسی است. برنامه ها با کدام ویژگی ها دینی خوانده می شوند و کدام یک را می توان غیردینی دانست. این گونه مسائل، بررسی جایگاه تبلیغی ـ دینی تلویزیون را مهم و شایسته می خواند. در این پژوهش، به چیستی شناسی وسایل ارتباط جمعی، تلویزیون، تلویزیون دین و دین، موضوع هویت و مخاطب شناسی بررسی و بر مخاطب شناسی و هویت پذیری آن در سطح های گوناگون تأکید شده است. سپس نویسنده با ارائه نظریه «هویت، فضا؛ فرآیند تعاملی مبتنی بر غلبه احساسات، تعلقات اجتماعی و انتخاب عقلانی»، موضوع را پی می گیرد. و با جداسازی سه هویت (فردی، جمعی و جهانی) در دو فضای خصوصی (سازنده هویت فردی، هویت جهانی) و عمومی (سازنده هویت جمعی و تعلقات اجتماعی)، کارکردهای متفاوت تلویزیون در این فضاها را بیان می کند. وی معتقد است از میان کارکردهای تلویزیون، در سطح فرد (فضای درونی فرد) کارکرد تفریحی، در سطح میانه (فضای قومی ـ مذهبی ـ ملی) کارکرد ارشادی و تربیتی و در سطح جهانی، کارکرد آموزش و اخذ اطلاعات، غالب است.

ص:۱۰۲

ذوالفقاری، روح الله، بررسی گونه وحشت در سینمای غرب از دیدگاه اسلام، به راهنمایی: رحمت الله امیدوار، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۷، ۱۲۴ صفحه.

ترس یکی از هنجارهایی است که خداوند در نهاد انسان قرار داده است، تا به وسیله آن از خطرهایی که جسم و روح را تهدید می کند، دوری کند و به سلامت به سر برد. نویسند

مقالات

در فصل نخست این پژوهش هیجان، ترس و برخی عناصر و عوامل ترس آفرین را بررسی و به کاربرد آن در تربیت و تبلیغ توجه می کند.

در فصل دوم به تبیین و تشریح مؤلفه ها، مختصه ها و کارکردهای این گونه فیلم ها می پردازد. در اسلام قابلیت ها و جنبه های مثبت این هیجان فراموش نشده و از این هیجان در راه رشد و تعالی انسان ها استفاده شده است. ترس در مسائلی مانند خوف از پروردگار به سبب روبه رو شدن با عظمت و شکوه پروردگار و یا کوتاهی و خطای بنده، ترس به عنوان رویه ای برای زندگی، در خوف و رجا و یا در انظار به عنوان روش تربیت تبلیغی مطرح شده است. فصل سوم به بررسی مفاهیم ترس و خوف در متون دینی پرداخته است. در فصل چهارم درباره نسبتی که میان مفاهیم اسلامی مرتبط با هیجان ترس و گونه وحشت می توان ایجاد کرد، دیدگاه هایی را ارائه می کند. از تلاش برای یافتن نقاط اشتراک این دو عرصه، این نتیجه به دست آمد که مبحث های دینی به دو صورت می توانند در گونه وحشت مطرح شوند: طرح مضامین، نمادها و نشانه های دینی در این گونه وحشت به عنوان گذرگاه و زمینه ای برای طرح مسائل انذاری در رسانه های جدید.

۲۹.رایگانی، فاطمه، آوازه گری (تبلیغات)، به راهنمایی: مرتضی ممیز، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۲، ۱۷۰ صفحه.

بخش اول رساله درباره تبلیغات تجاری است که شامل تاریخچه آن در جهان و ایران و مبانی کلی تبلیغات می شود. نویسنده سپس آثار مثبت و منفی تبلیغات

در حوزه های اقتصادی و اجتماعی و پیشنهادهای اصلاحی برای تبلیغات کشور چه در زمینه تولیدات داخلی و چه تولیدات صادراتی ارائه می کند.

موضوع بخش دوم تبلیغات در اسلام است که با یاری گرفتن از دستورهای الهی در قرآن کریم و رهنمودهای نهج البلاغه و سیره پیامبران، اصول و مبانی تبلیغ از دیدگاه اسلام مطرح و نیز اهمیت تبلیغ در اسلام بررسی شده است.

بخش سوم تبلیغات سیاسی نام دارد که در آن شیوه های تبلیغاتی امپریالیسم، تجهیزات امپریالیسم خبری و ضعف تبلیغاتی داخلی تحقیق و بررسی می شود.

۳۰.رسولی نمرور، محمد، تصویرگری معصومین: در رسانه، به راهنمایی: علی اصغر فهمیی فر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۵، ۱۶۹ صفحه.

در این پژوهش نویسنده می کوشد مشکلاتی را که در ساخت برنامه های مذهبی، پس از نشان دادن چهره پیامبران و معصومان: پدید می آید، بررسی و با هدف برطرف ساختن موانع تبلیغ دین مبین اسلام از طریق برنامه سازی، این مشکلات را حل کند. همچنین به پرسش هایی همچون نظر اسلام در زمینه تصویرگری، تصویرگری معصومان: و بازیگری نقش آنها در فیلم و سینما، پاسخ هایی داده است. البته در این زمینه فرضیه هایی وجود دارد، مانند این فرضیه که تصویرسازی در فقه و تجسم صوری انبیا و معصومان:، حرمت شرعی ندارد و مخالفت های ایجاد شده در این باره را با در نظر گرفتن شرایط زمان و مکان، می توان با آگاهی بخشی هدایت کرد و این تحقیق نیز در پی اثبات این فرضیه است.

نتایج پژوهش نشان می دهد، تصویرگری در اسلام منع فقهی ندارد و روایات وارده در این مورد، سند ضعیفی دارند یا دلالت درستی ندارند. یادآوری می شود اگر در دوره زمانی خاصی تصویرسازی حرمت داشته، با توجه به مقتضیات زمان و مکان و تأثیر آن در فتوا بوده است و در حال

ص:۱۰۴

حاضـر هم که خوف و خطرِ نقاشـی و تصویر گری، دین را تهدیـد نمی کنـد و عرف نیز این عمـل را به عنوان یک هنر که می تواند در بالا بردن شناخت از دین و معرفی کردن و تبلیغ آن نقش مؤثری داشته باشد، می پذیرد.

۳۱.رضایی آدریانی، علی، بررسـی الگوهای شخصـیت پردازی معصومین: در فیلم نامه، به راهنمایی: سید حمید مشکات، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی تلویزیون، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۷، ۱۵۸ صفحه.

مبحـث شخصـیت پردازی در فیلم و نگـارش فیلم نـامه، بر اسـاس الگوهـای رایـج فیلم نـامه نویسـی شـکل می گیرد. نویسـنده پژوهش حاضـر نیز با توجه به این امر، ژانرهای دراماتیک و چگونگی شخصـیت پردازی در آنها را بررسـی کرده است. وی در این نوع رویکرد به شخصـیت پردازی معصومان:، ناگزیر با الگوهای یونانی و غربی روبه رو بوده است؛ زیرا پایه درام سینمایی و تلویزیونی، بر اساس الگوهای یونانی است و تا رسـیدن به الگوی ایرانی ـ اسـلامی، ناچار هستیم از الگوهای کم خطر غربی پیروی کنیم. به ویژه اینکه در الگوهای اسـلامی، قصه پردازی معصومان: در گذشـته با معضل اسرائیلیات روبه رو بوده و توجه یکباره به این الگو، بدون اصلاح این اسرائیلیات، فیلم نامه نویسان را در چرخه ناسالم دیگری می اندازد.

از میـان ژانرهـای اصـلی غربی که به شخصـیت پردازی قهرمانـان و افراد برتر اهتمـام کرده انـد، سه ژانر «ملودرام»، «تراژدی» و «رمانس» ظرفیت هایی در پرداختن به شخصـیت معصوم دارند. فیلم نامه نویسان ایرانی بیشتر، از مؤلفه های ژانر «ملودرام» برای پرداخت شخصـیت معصومـان: بهره می برنـد و در نتیجه، زنـدگی نمایشـی معصومـان: گرفتـار اقتضائـاتی چون امور جزئی بی فایده، شخصـیت پردازی و یا داسـتان عشـقی می شوند. به نظر می رسد استفاده از الگو و ظرفیت ژانر «رمانس» که هم نمایشی است و هم با ساختار تلویزیونی رقابت دارد، راه نجاتی از الگوی «ملودرام» است.

ص:۱۰۵

۳۲.رضـایی خیابانلو، سولماز، جنبه های نمایشـی در رساله فی حقیقه العشق اثر شـیخ اشـراق سـهروردی، پایان نامه کارشناسـی ارشد، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، ۱۳۸۵، ۱۹۰ صفحه.

شیخ شـهاب الدین سـهروردی در طول عمر کوتاه خود همواره به علم آموزی و دانش اندوزی و ریاضت کشـی در این عرصه اهتمام داشت. بدین ترتیب، نتیجه فکر سرشار و جاری خود را سامان داد و به نگارش درآورد که اکنون به صورت کتاب ها و رساله ها در اختیار پژوهندگان دانش است. هدف این تحقیق نشان دادن جنبه های نمایشـی موجود در رساله فی حقیقه العشـق و نوشـتن نمایش نامه ای بر اساس درون مایه اصـلی آن (عشق) با اسـتفاده از تحلیل و تفسیر جزء به جزء رساله و شناخت دقیق انـدیشه هـای شـیخ اشـراق است. عرفـان، بیش از هر پدیـده فرهنگی دیگر وجـود متضـادی در خـود گرد آورده است که فقط آگـاهی و توجه ویژه نویسـنده به جنبه هـای گوناگون عرفان و انتخاب نویسـنده از نوع تأثیرپـذیری که آگاهانه به آن اشـراف داشته باشد، کارساز یک اثر هنری مطلوب است.

۳۳.رمضان پور، محمد، روابط تبلیغ و هنر یا مبلغ و هنر، به راهنمایی: علی شـیخ الاسـلامی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق۷، ۱۳۶۹، ۲۷۲ صفحه.

بـدون توجه به واقعیت های کنونی و چشم انـداز آینده نزدیک، نمی توان به وظیفه تبلیغ، به شایسـتگی همت گماشت. امروزه جهـان برای عرضه پیـام (مـادی و معنوی) خویش از مقوله زیبـایی و زیبـانگری به خوبی بهره می گیرد. ترکیب پیـام بـا زیبایی (رساندن پیام به صورتی زیبا) موضوع این پژوهش است.

ص:۱۰۶

در فصـل اول مفهوم هنر، تبلیغ و نیز تئوری هنر و تبلیغ بررسـی می شود. در فصـل دوم بـا عنوان «تقسـیمات هنر و تبلیغ» درباره انواع هنر، بررسـی فقهی بعضی از هنرها، انواع تبلیغ و نیز روابط میان هنر و تبلیغ مطالبی آمده است. فصل سوم، به مرزهای هنر و تبلیغ اختصـاص دارد که در آن مبحث هـایی چون مشترکـات هنر و تبلیغ، هنر و فطرت، مفترقـات هنر و تبلیغ و مرز اتحاد در تبلیـغ و هنر بیـان می شـود. فصـل چهـارم، کیفیت همکـاری مبلّغ و هنرمنـد را بررسـی و به موردهـایی چون اتحـاد تبلیغ و هنر، اختلاف های تبلیغ و هنر، اشتراک تبلیغ و هنر و راه های عملی برای همکاری اشاره می کند. در فصل پنجم، نمونه های روابط تبلیغ و هنر در پیش و پس از اسـلام را با بهره گیری از قرآن، نهج البلاغه و روایات و نیز در جهان معاصـر شرح و واکاوی می کند. فصل ششم، با مبحث هایی چون نقاشی و تبلیغ، موسیقی و تبلیغ، خوشنویسی و تبلیغ و... روش عملی در پیوند هنر و تبلیغ را بیان کرده و در فصل هفتم تحقیق، آینده هنر و تبلیغ تبیین شده است.

۳۴.سـلیمانی ساسـانی، مجیـد، بازنمایی گفتمان های تجربه دینی در سـینمای ایران پس از انقلاب اسـلامی، به راهنمایی: اعظم راودراد، اسـتاد مشاور: مسـعود کوثری، پایان نامه کارشناسـی ارشد رشـته ارتباطات اجتماعی، تهران، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ۱۳۸۸، ۱۹۲ صفحه.

این پژوهش بـا تحلیلی گفتمانی، نخست به شـناخت گفتمان های فکری موجود در جامعه و سـپس با اسـتفاده از «روش تحلیل گفتمـان» به بازنمـایی مفهوم تجربه دینی از دیـدگاه این گفتمـان ها در سـینما می پردازد. «نظریه بازنمایی» به عنوان چارچوب نظری، راه گشای نویسنده در انتخاب روش تحلیل گفتمان است و با توجه به نوع «متن» مورد تحقیق که در اینجا «متون

سینمایی» است، از رویکردی ترکیبی از مفاهیم اصلی نظریه لاکلاو و موفه و مؤلفه های تحلیل گفتمانی فرکلاف و ون دایک استفاده شده است.

بنابر این تحقیق، در گفتمان سنت اسلامی، تجربه دینی بر اساس آموزه های دینی تبیین می شود. بر این اساس، هر نوع تجربه ماورایی، دینی خوانده نمی شود و شریعت و مناسک دینی، هرگز فدای تجربه دینی نمی گردد.

با در نظر داشتن این مطالب و با توجه به مفهوم تجربه دینی در گفتمان های گوناگون نمونه هایی از فیلم های سینمایی ایران پس از انقلاب بررسی شده است. بدین منظور، فیلم هایی گزینش شده اند که بتوانند بازنمایی کاملی از مفهوم گفتمانی تجربه دینی ارائه کنند: «بوی کافور، عطر یاس» و «فریاد مورچه ها» و «مارمولک» از جمله فیلم هایی است که در این پژوهش نقد و بررسی شده اند.

۳۵.شاکر ی نژاد، محسن، بررسی عفاف و حجاب در پربیننده ترین فیلم های سینمایی ایران پخش شده از شبکه های اول، دوم و سوم سیما در سال ۱۳۸۶، به راهنمایی: محمدعلی هرمزی زاده، استاد مشاور: ناصر باهنر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تحقیق در ارتباطات، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۸، ۲۸۵ صفحه.

حجاب و عفاف از امور ضروری دین هستند که علمای شیعه و سنی درباره وجوب آنها، هیچ گونه اختلافی ندارند. متأسفانه در چند سال گذشته بی توجهی به این مسئله و رواج پدیده بدحجابی در جامعه، به ویژه در میان جوانان، نگرانی هایی به وجود آورده است. بدیهی است راه حل این معضل به جز شیوه های فرهنگی مؤثر نیست. یکی از کارآمدترین ابزارهای فرهنگی در جوامع امروز، وسایل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون است که می تواند از راه آموزش و الگوسازی، به صورت مستقیم و غیرمستقیم در این زمینه مؤثر باشد.

بنابراین، بررسی محتوای برنامه های تلویزیونی، به دلیل اثرگذاری آنها بر پوشش و رفتار مخاطبان، می تواند عملکرد رسانه ملی را در زمینه ترویج

ص:۱۰۸

حجاب و عفاف تا اندازه ای ارزیابی کند. در این پایان نامه مؤلفه های حجاب و عفاف در پربیننده ترین فیلم های سینمایی ایرانی که در سال ۱۳۸۶ از شبکه های اول، دوم و سوم سیما پخش شده اند، به روش تحلیل محتوا بررسی شده اند. بنابر نتایج این تحقیق، شاخص های دیده شده در زمینه عفاف و حجاب در بسیاری از موردها با معیارهای اسلامی و نیز سیاست های اجرایی افق رسانه در هر دو حوزه تولید و تأمین فیلم های سینمایی سازگاری لازم و کافی ندارد. رسانه ملی در زمینه ترویج الگوی مناسب حجاب و عفاف موفق نبوده، چهره مناسبی از شخصیت های چادری ارائه نشده است و شبکه های مختلف سیما بیشتر مروج پوشش مانتو بوده اند تا چادر. بر این اساس، رسانه ملی در ارائه الگو به جامعه از راه فیلم های سینمایی، عملکرد چندان مناسبی نداشته است.

۳۶.شمشیری، ابراهیم، راهبردهای ارتباطی شبکه تلویزیون دینی جمهوری اسلامی ایران، مطالعه موردی شبکه قرآن و معارف سیما، به راهنمایی: ناصر باهنر، استاد مشاور: حسین ساری، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات (گرایش تحقیق)، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۶، ۱۱۶ صفحه.

محور اصلی این تحقیق، مشخص کردن راهبردهای ارتباطی تلویزیون دینی جمهوری اسلامی با مطالعه موردی شبکه قرآن و معارف سیما در چارچوب نظریه همگراست. منظور از راهبرد ارتباطی در این پژوهش، راهکارها و جهت گیری های مورد نیاز در حوزه علوم ارتباطات در تحقق تلویزیون دینی جمهوری اسلامی است. تلویزیون دینی گونه ای جدید از شبکه های تلویزیونی در دنیای معاصر است که با هدف تبلیغ و ترویج دین فعالیت می کند. بدین منظور دو مؤلفه در این پژوهش بررسی شده است:

الف) قابلیت ها و محدودیت های آن در قبال کارکردهای چهارگانه؛

ب) ویژگی ها و علاقه های مخاطبان در شرایط فرهنگی ایران.

مطالعات نظری این پژوهش نشان می دهد که اولویت اصلی تلویزیون دینی، پرداختن به اطلاع رسانی و سرگرمی و پس از آنها آموزش و ارشاد است. بدین ترتیب، یکسان انگاری مخاطبان رسانه های مدرن دینی با رسانه های مذهبی اروپایی و امریکا از سوی دیگر، همچنین رویکرد محتوا محور (جدی توجه نکردن به دیگر عناصر ارتباط مثل شیوه های ارائه پیغام، پیام آفرین، وسیله ارتباطی و...) نتایج مطلوبی به دنبال نخواهد داشت.

۳۷.شیخ شعاعی، عبدالرضا، بایدها و نبایدهای اطلاع رسانی در قرآن، به راهنمایی: ناصر رفیعی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صداوسیما (قم)، ۱۳۸۴، (بدون صفحه شماری).

در جهان امروز، افراد در جوامع مختلف به طور وسیعی از برنامه های وسایل ارتباط جمعی بهره مند می شوند. بی شک در چنین جهانی دولت ها و ملت های صاحب فرهنگ و اندیشه مستقل نمی توانند و نباید به مقوله اطلاع رسانی، کارکردها، اهداف و شیوه های آن بی توجه باشند. حفظ و نگه داری از فرهنگ اصیل اسلامی نیز نیازمند بررسی همه جانبه در حوزه اطلاع رسانی و اخبار است. پژوهش های راهبردی و دقیق با تکیه بر منابع و متون دینی می تواند زمینه ساز پی ریزی یک نظام جامع اطلاع رسانی مبتنی بر آرمان ها، ارزش ها و اصول اسلامی باشد. پژوهش حاضر با توجه بر این مسئله که منبع قرآن کریم می توانند ما را به اصول و بنیان های محکمی در راه دست یابی به رسانه دینی و اسلامی برساند، انجام شده است. نتایج به دست آمده، نشانگر غنای منابع دینی در پاسخ گویی و راه گشایی در مسائل و موضوع های نوین جامعه است. این پژوهش برداشتن گامی کوچک در راه دست یابی به نظام جامع اطلاع رسانی مبتنی بر منابع و متون دینی است. امید که مقبول حق افتد.

ص:۱۱۰

۳۸.شیرانی نژاد، امیرحسن، اسلام، تلویزیون و امیدبخشی در مخاطبان، به راهنمایی: ناصر باهنر، پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۵، ۱۴۷ صفحه.

امید، در هویت ریشه دارد. بدون هویت نمی توان امید را معنا کرد و امیدبخشی را انتظار داشت. با توجه به اهمیت مقوله امیدبخشی و آسیب های ناشی از بحران ناامیدی در جامعه از یک سو و نقش تأثیرگذار رسانه ها، از سوی دیگر رسانه های دیداری مانند تلویزیون، با فعالیت ها و کارکردهای گوناگون، در تحول بنیان های فرهنگی و اعتقادی جوامع، نقش بسزایی دارند که سمت و سوی آن بیشتر در جهت الگوسازی، بدون تحکیم مبانی فرهنگی و دینی آن جوامع است. در این شرایط، نظام رسانه ای کنونی، برای الگوی سازنده اسلامی فضای کمتری در ذهن نسل جدید ایجاد خواهد کرد؛ مسئله ای که در قانون اساسی کشور ما به منظور تکامل فرهنگی و روحیه انقلابی، با فعالیت امیدزایی رسانه ها بر آن تأکید شده است. مجموعه حاضر شش فصل را دربردارد. در فصل اول اهمیت موضوع به همراه مسئله تحقیق، پرسش ها، ضرورت ها و پیشینه تحقیق بررسی شده است. در فصل دوم به موضوع امید از نظر جامعه شناختی در بستر هویت بخشی، با قیاس مفهوم امید با دیگر مفاهیم اشاره می شود. فصل سوم این مجموعه، با الهام از آموزه های اسلامی به امیدواری و القای آن به خود و دیگران و نیز پرهیز از روحیه ناامیدی در تعبیرهای مختلف قرآنی، روایی و دعایی پرداخته است. سلطه فرهنگی رسانه های امپراطوری، رسانه ها و مطالعات انتقادی، جنگ رسانه ای در عصر ارتباطات و دیگر موردها، از مطالب مهم گرد آمده در فصل چهارم است. یکی از مهم ترین هدف های گردآوری این مجموعه، موضوع جنگ رسانه ای و جنگ روانی (عملیات روانی) و در نتیجه آن، استعمار سلطه طلبانه صاحبان رسانه های امپراطوری، برای از بین بردن امید ملت ها و به دنبال آن، تاراج نوین منافع مادی و معنوی آنهاست که در فصل پنجم بدان اشاره شده است.

ص:۱۱۱

۳۹.صنایع، محمد، شیوه های ارتباط و تبلیغ در قرآن در برخورد با عموم مردم و مخالفان، به راهنمایی: احمد بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق۷، ۱۳۷۱، ۱۸۰ صفحه.

هدف از این پژوهش، بررسی شیوه های تبلیغ در قرآن در برخورد با عموم مردم و مخالفان است. در تحقیق حاضر از روش کتابخانه ای استفاده و مبحث ها و مطالب آن در چهار فصل تنظیم شده است. فصل اول معنای لغوی و اصطلاحی تبلیغ و ارتباط را بیان و سپس درباره گونه های ارتباط و تبلیغ و به دنبال آن ضرورت و خط مشی و شیوه های تبلیغ بحث می کند. در فصل دوم به ارکان تبلیغ و مهم ترین ویژگی های مبلّغ مانند ایمان، عدالت، علم و آگاهی اشاره می شود. نویسنده در فصل سوم شیوه های تبلیغ در برخورد با عموم مردم را بیان می کند که عبارتند از: فرض مخالف یا نفی و اثبات، الگوسازی، استمداد از تاریخ و تجربه، مقایسه، آمادگی فرد و جامعه یا روش گام به گام، استفاده از وجدان و عواطف مردمی، ترغیب و ترهیب. فصل پایانی نیز شیوه های برخورد با مخالفان را در دو قسمت، برخورد با کافران و منافقان و برخورد با اهل کتاب مطالعه و بررسی کرده است.

۴۰.طاهری زاده، مهدی، قابلیت های فیلم مستند در انتقال مفاهیم دینی، به راهنمایی: احمد ضابطی جهرمی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی (گرایش مستند)، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۷، ۱۴۸ صفحه.

با گسترش و پیشرفت سریع دنیای ارتباطات و نقل و انتقال پیام، همواره این پرسش، ذهن مسئولان رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی را به خود مشغول ساخته که چه راه و شیوه ای سریع تر و تأثیرگذارتر را به منظور انتقال پیام به مخاطب باید برگزید. از سویی با توجه به نیاز روزافزون جامعه جهانی به ویژه جامعه کنونی ایران در زمینه بالا بردن سطح معرفتی و اخلاقی، پرداختن به موضوع زنده نگاهداشتن مفاهیم دینی و ارزش های اخلاقی بسیار با اهمیت است.

ص:۱۱۲

بدین ترتیب، با مطالعه در حوزه رسانه هایی مانند تلویزیون و سینما می توان به این نتیجه دست یافت که فیلم مستند در افزایش سطح دینی و معرفتی جامعه، ابزاری قدرتمند و تأثیرگذار است. ازاین رو، نگارنده پژوهش حاضر به دنبال پاسخ دادن به پرسش مد نظر و حال این مسئله برآمده که فیلم مستند به عنوان ابزاری مناسب و تأثیرگذار، از چه توان مندی ها و امکانات بیانی در تبیین و ارائه مفاهیم دینی برخوردار است.

یافته های این پژوهش نشان می دهد که فیلم مستند با توجه به توان مندی ها و ویژگی های مهمی چون حقیقت جویی، واقع گرایی، باورپذیری و خلاقیت هنری تأثیرگذار و بهره گیری درست از امکانات بیانی، ابزاری قدرتمند در بیان و انتقال مفاهیم، ارزش ها و آموزه های دینی است. ضمن آنکه به خوبی می تواند در افزایش سطح دینی و معرفتی جامعه نقش داشته باشد و انسان را در رسیدن به درکی درست از حقایق و وقایع پیرامون و پیمودن راه حقیقت جویی و کمال یاری رساند.

۴۱.طوسی، محمد، زن و هنرهای نمایشی، به راهنمایی: سید محمدجواد وزیری، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۲، ۱۵۷ صفحه.

در تبیین ضرورت استفاده از رسانه ای تأثیرگذار مانند تلویزیون، نقش مهم هنر «نمایش» و حضور بی بدیل زن در آن حوزه انکارناپذیر است. حضور زن در عرصه بازیگری و نمایش رایج جهان ضمن انحراف های موجود، یکی از مصداق های استعمار زن به شمار می رود. حال باید پرسید: آیا زن مسلمان هم می تواند وارد حیطه بازیگری شود؟ آیا بازیگری زن، در تضاد با حجاب، عفت و دیگر ویژگی های یک زن مسلمان نیست؟ آیا زن می تواند مسلمان بودن و بازیگر بودن را با هم جمع کند؟ یعنی هم مسلمان باقی بماند و هم بازیگری کند. پژوهش

ص:۱۱۳

حاضـر در پی پاسـخ به این پرسـش ها، پس از طرح مسـئله، به تصویر زن در قصه های قرآنی می پردازد، سـپس مبحث زن در سینمـا و تلویزیون امروز را تبیین می کنـد. زن در نگاه ادیان و ملل مختلف و به ویژه نظر اسـلام درباره جایگاه زنان و قضاوت زن و مرد از نگـاه نخبگـان، موضـوع دیگری اسـت کـه در ایـن پژوهش واکـاوی می شـود. در بخش پایـانی، هنر و نمـایش از رویکردهای مختلف بررسی و نظر اسلام درباره حضور زنان مسلمان در این وادی بیان شده است.

۴۲.عباسـی مقدم، مصـطفی، اسوه های قرآنی و شـیوه های تبلیغی آنان و مقایسه آنان با شـیوه های شناخته شده تبلیغ در جهان امروز، به راهنمـایی: محمـدباقر حجتی، رساله دکتری رشـته الهیات و معارف اسـلامی، تهران دانشـکده علوم انسانی، دانشـگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۵، ۲۶۹ صفحه.

شخصـیت های برجسته قرآنی در دوران تبلیغی زندگی خویش بهترین و اثرگذارترین روش های تربیت، هدایت و شـیوه های تبلیغ و دعوت را به جامعه انسانی ارائه کرده اند. در این بررسـی نزدیک به ۲۵۰ شیوه تبلیغی از شیوه های مستقیم و گفتاری تا شیوه های غیرمسـتقیم و علمی، و از شـیوه های تبلیغ فردی تا جمعی اسـتخراج و تبیین شده است. بدین ترتیب که پس از بحث هـای مقـدماتی، روش تبلیغ «اسوه نمـایی و ارائه الگوها» به ویژه در عرصه قرآن بررسـی و سـپس از پیامبران اسوه و شـیوه های تبلیغی هر یک یاد شده است. آن گاه درباره شـیوه های تبلیغی دیگر شخصـیت های برتر قرآن مطالبی آمده است. نویسنده در پایان نیز ضـمن پژوهشی تطبیقی، شیوه های تبلیغی اسوه های قرآنی با شیوه های شناخته شده تبلیغ در جهان امروز را مقایسه و مزایـای تبلیغ اسوه هـای قرآنیماننـد تأثیر عمیق و پایـدار و پای بنـدی به حقیقت را از این رهگـذر آشـکار و بازگو می کنـد. برخی از نتایج این تحقیق عبارتند از: اثبات توانایی قرآن در پاسخ گویی به نیاز انسان به اسوه در تمام زمینه ها،

ضرورت پای بندی تبلیغ دینی به حقانیت و قداست انگیزه، عمل و روش ها و تأکید قرآن بر به کارگیری شیوه های غیرمستقیم و عملی در کنار شیوه های گفتاری و انشایی.

۴۳.عباسی مقدم، مصطفی، نقش و جایگاه اسوه ها در تبلیغ، به راهنمایی: علی قائمی امیری، استادان مشاور: غلامعلی افروز و سید حسن مصطفوی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده تبلیغ و معارف اسلامی، دانشگاه امام صادق۷، ۱۳۶۹، ۳۵۳ صفحه.

شخصیت های برجسته قرآنی، با استفاده از بهترین و نافذترین روش های تربیت، هدایت و شیوه های تبلیغ و دعوت، جامعه انسانی را به خدا و اسلام فرا خوانده اند. این چهره ها همان اسوه های برتر انسانی اند که همه انسان ها به پیروی مطلق از ایشان و شیوه های تبلیغشان موظف هستند، چنان که بیش از یک چهارم آیات قرآن زندگی درس آموز و دعوت پیامبران و اولیا را شرح می دهد. در این بررسی نزدیک به ۲۵۰ شیوه تبلیغی گردآوری و تبیین شده است، مانند: شیوه های مستقیم و گفتاری، شیوه های غیرمستقیم و علمی، شیوه های تبلیغ فردی و جمعی. بدین ترتیب، پس از بحث های مقدماتی و بررسی روش تبلیغ اسوه نمایی و ارائه الگوها به ویژه در عرصه قرآن، اسوه ها و شیوه های تبلیغی پیامبران معرفی شده اند. در ادامه، نویسنده شیوه های تبلیغی دیگر شخصیت های برتر قرآن را مطالعه و بررسی می کند. در نتیجه، با انجام پژوهشی تطبیقی، شیوه های تبلیغی اسوه های قرآنی نظیر تأثیر عمیق و پایدار و پای بندی به حقیقت، از این رهگذر آشکار می شود. از جمله نتایج این تحقیق، اثبات توانایی قرآن در پاسخ گویی به نیاز انسان به اسوه در تمام زمینه ها، ضرورت پای بندی تبلیغ دینی به حقانیت و قداست انگیزه، عمل و

روش ها و تأکید قرآن بر به کارگیری شیوه های غیرمستقیم و عملی در کنار شیوه های گفتاری و انشایی است.

۴۴.عسگری، علیرضا، سیاست تبلیغاتی معاویه در مقابله با حضرت علی۷ و تأثیر آن در بی ثمر ماندن کوشش های اصلاحی آن حضرت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق۷، ۱۳۶۹، ۱۷۸ صفحه.

هدف از پژوهش حاضر، بررسی و شرح اوضاع اجتماعی سال ۳۵ تا ۴۰ هجری و تبیین چگونگی بهره برداری معاویه از این شرایط در روندی است که امروزه با عنوان «تبلیغات سیاسی» مطرح می شود و البته از تأثیر آن در بی ثمر ماندن کوشش های اصلاحی حضرت امیرالمؤمنین علی۷ نیز یاد شده است. گفته می شود روش تحقیق این نوشتار، کتابخانه ای است. در بخش اول تحقیق، بحث هایی نظری پیرامون تبلیغات و شیوه های آن و تبیین اوضاع اجتماعی سال ۳۵ هجری که معاویه تبلیغات خود را در آن صورت داد، ارائه شده است. نویسنده در دو بخش بعدی، حرکت های تبلیغاتی معاویه یا بحث نظری تبلیغات را تطبیق داده و آنها را در قالب های مطرح شده تبلیغاتی امروزین، بیان کرده است. وی با این ترتیب، بهره برداری مناسب و بجای معاویه از شرایط اجتماعی زمان خود را نشان می دهد و به پرسش اصلی تحقیق که معاویه چگونه توانست در سال چهلم هجری بر اریکه خلافت تکیه زند، پاسخ می گوید.

بنابر نتایج این پژوهش، خلافت در نامناسب ترین زمان به علی۷ روی آورد؛ زمانی که ارزش های اسلامی رو به ضعف نهاده و اوضاع سیاسی اقتصادی متحول شده بود. همچنین فردی جاه طلب چون معاویه بن ابی سفیان در شام گام به گام خود را به قدرت و سلطنت نزدیک می کرد. معاویه با بهره گیری از روش های تحریک کننده و با تکیه بر شناخت کاملی که از

جامعه دوران خود داشت، ضمن تبلیغاتی دقیق و دامنه دار، توانست به هدف ها و خواسته های جاه طلبانه خود برسد. در حقیقت جامعه سال چهلم هجری، قربانی قدرت تبلیغاتی معاویه شد نه قدرت نظامی او. معاویه نه تنها با نیروی نظامی خود کاری از پیش نبرد، نیروی نظامی اش نیز تا اندازه ای رهین حرکات تبلیغاتی او بود؛ تبلیغاتی که برای دست یابی به رفتار مناسب و دلخواه از مخاطبان خود به هر وسیله متوسل می شد. بنابراین، گزافه گویی نخواهد بود اگر پیروزی معاویه را نه یک پیروزی نظامی و نه یک پیروزی معنوی، بلکه یک پیروزی تبلیغاتی بدانیم، آن هم در عهدی که چنین حرکت های تبلیغاتی دقیق و حساب شده ای، کمتر به چشم می خورد و بیشتر درگیری ها با لبه تیز شمشیرهای آخته حل و فصل می شده است.

۴۵.عشقی قوچانی، همایون، شناخت صور کارگردانی در نمایش های آیینی مذهبی ایران (با توجه خاص به تعزیه و نقش معین البکا)، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ۱۳۷۶، ۱۳۸ صفحه.

پژوهش حاضر بعد از مقدمه ای درباره تعزیه و تعریف آن، در چند فصل به عناصر و اجزای مختلف تعزیه می پردازد. برخی از مبحث های مطرح شده عبارتند از: کارگردانی، گزینش متن، برپایی مجالس ویژه ای برای آزمایش صوت و لحن، انتخاب صوری و چهره ای افراد و انطباق تمثالی، گزینش شبیه خوانان و حرکت میدانی، دقت در ایجاد هماهنگی کلامی و رفتاری در میان شبیه خوانان، تسلط کلامی در انتقال از مفهوم به مفهومی دیگر، تسلط رفتاری در میدان گیری و تهییج شبیه خوانان. در پایان ضمن بیان شیوه اجرایی تعزیه، در پروژه عملی، خلاصه و تحلیلی از اجرای نمایش آدم های برفی آمده است.

ص:۱۱۷

۴۶.علوی، تورج، بررسی ارزش های اجتماعی (اخلاقی _ مذهبی) مطرح شده در تیزرهای تلویزیونی در سال ۱۳۸۳، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تبلیغات بازرگانی، به راهنمایی: محمود دهقان طرزجانی، استاد مشاور: محمدقلی میناوند چال، دانشکده صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران (تهران)، ۱۳۸۵، ۱۰۴ صفحه.

در این پژوهش، آگهی های بازرگانی با هدف شناخت ارزش های اخلاقی _ مذهبی بررسی شده اند. پرسش و محور اصلی تحقیق این است که در آگهی های بازرگانی، کدام یک از ارزش های اخلاقی _ مذهبی و به چه میزان ارائه شده است؟ روش پژوهش، تحلیل محتوا و جامعه آماری آن، همه آگهی های بازرگانی است که در سال ۱۳۸۳ از شبکه های اول، دوم، سوم و پنجم سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده است. حجم نمونه پژوهش نیز ۴۲۵ تیزر تبلیغی بوده است. ارزش محبت (خانواده دوستی)، ارزش کار و تلاش، حرمت و احترام، یاری رسانی، فروتنی، درستکاری، قناعت، کلمات مذهبی، اماکن مذهبی، احترام به مظاهر دین، انفاق مال در راه خدا و امر به معروف و نهی از منکر، برخی از ارزش های اخلاقی و مذهبی هستند که در پژوهش حاضر بررسی شده اند. یادآوری می شود که در آگهی های بازرگانی مورد مطالعه، مصداق های ضدارزش (مخالفت با ارزش های اخلاقی _ مذهبی) دیده نشده است.

۴۷.علی بخشی، مجتبی، بررسی عوامل مؤثر بر میزان موفقیت برنامه سازان برنامه های نمایشی تلویزیونی در انتقال ارزش های اسلامی به نسل های اول، دوم و سوم انقلاب در شهر تهران، به راهنمایی: محمدعلی هرمزی زاده، استاد مشاور: ناصر باهنر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۱، ۱۶۷ صفحه.

برنامه سازان تلویزیونی، پیام هایی را در نظر دارند که گاهی این پیام ممکن است از راه درستی به مخاطب نرسد و مخاطب آن را خوب درک نکند و

حتی گاهی برداشتی متفاوت با آنچه مد نظر برنامه سازان بوده است، داشته باشد. پرسش های اصلی این تحقیق عبارتند از:

 از میان عوامل مربوط به فرستنده پیام (برنامه سازان) کدام عوامل در انتقال پیام مؤثرند؟

 از میان عوامل مربوط به پیام (سریال تلویزیونی) کدام عامل در انتقام پیام مؤثرند؟

 از میان عوامل مربوط به مخاطب، کدام عامل در انتقام پیام مؤثرند؟

در این مطالعه از دو روش گفت وگوی عمیق با برنامه سازان تلویزیونی و روش پیمایشی با مخاطبان استفاده شده است.

۴۸.علی برزی، ابراهیم، آموزش احکام در برنامه های داستانی، به راهنمایی: ابراهیم فیاضی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تهیه کنندگی، دانشکده صدا و سیما (قم)، ۱۳۸۲، ۱۵۲ صفحه.

امروزه نفوذ رسانه تلویزیون در سراسر دنیا و جذب درصد بالایی از مردم جهان، آشکار است. ازآنجاکه بر هر مسلمانی آموختن احکام دینی لازم است، این مسئله در بیشتر یا همه رسانه های علمیه مراجع آمده است. دانستن احکام شرعی، از نیازهای اولیه هر مسلمانی است و آموختن آن، رسالت پیشوایان جامعه و مسئولان اجتماعی یا دینی به شمار می رود. بنابراین، یادگیری احکام، برای عموم مردم لازم و برای مسئولان امری واجب است. بدین ترتیب، تلویزیون با توان تأثیرگذاری بالا می تواند در خدمت آموزش احکام دین و در نگاه کلی، آموزش احکام قرار گیرد. پرسش مهم اینکه آیا چنین بایسته ای ممکن است؟ آیا تلویزیون می تواند ابزار یا رسانه ای آموزشی باشد؟ رابطه تلویزیون با آموزش چیست؟ آیا تلویزیون می تواند احکام دین و احکام نماز را به مخاطبان آموزش دهد؟ این پژوهش به منظور پاسخ گویی به این پرسش ها شکل گرفته است.

۴۹.علیزاده، علی رضـا، ویژگی های مبلغ از دیـدگاه اسـلام، به راهنمایی: احمـد بهشتی. اساتیـد مشاور: مجتبی موسوی لاری و غلامعلی افروز، پایان نامه کارشناسـی ارشـد، دانشـگاه امام صادق۷، دانشـکده الهیـات، معارف اسـلامی و ارشاد، ۱۳۷۰، ۳۸۹ صفحه.

بررسـی ویژگی هـای مبلّغ از دیـدگاه اسـلام، از هـدف هـای این پژوهش است. بـا تـوجه به اینکه عناصـر اصـلی تبلیغ (مبلّغ و مخاطب و پیام) بر روی یکدیگر تأثیر و تأثر دارند و برای بحث پیرامون یکی از عناصـر، لازم است به رابطه آن با دیگر عناصر توجه شود، مبحث هـای تحقیق بر این اسـاس در سه فصـل تنظیم یـافته است. در فصـل اول، بـا عنوان «شخصـیت مبلّغ» مطـالب مربوط به شخصـیت اسـلامی و ویژگی هـای اعتقـادی و روانی مبلّغ و هـدف هـایی که مبلّغ از تبلیغ خویش بایـد داشـته باشـد، بررسـی می شود. فصـل دوم بـا عنوان «مبلّغ و مخـاطب» همه جنبه های شـناخت مبلّغ، ویژگی های مخاطب اعم از فرد، گروه و جامعه تبلیغی و همچنین ویژگی های اخلاقی مبلّغ را که در ارتباط با مخاطبان نمود و ظهور می یابد، بررسی می کند. سرانجام فصـل سوم بـا عنوان «مبلّغ و موضع تبلیغ (پیـام)»، به بحث و بیـان دربـاره مسائـل زیر می پردازد: ویژگی هـای علمی مبلّغ شامل آگـاهی هـای مـذهبی و جنبی او، ویژگی هـای علمی مبلّغ در برابر موضوع شامـل شـناخت و بصـیرت از موضوع و فصاحت و بلاغت و شیوه های تبلیغ در اسلام و نیز ضرورت شناخت وسایل مورد استفاده در هنگام انتقال موضوع به مخاطبان.

شناسـایی افراد با فایت و صالـح برای تبلیغ ، انتخاب مبلّغ برای قشـرها و طبقه های گوناگون جامعه، جمع آوری و انتشار شـرح حـال و خـاطرات مبلّغـان نمـونه، بهره منـدی از ابزارهـای جدیــد در امر تبلیـغ و در پایـان ایجـاد مجمـع مبلغـان از مهـم ترین پیشنهادهای تحقیق است.

ص:۱۲۰

۵۰.غلامی، فاطمه، شیوه تبلیغ انبیاء اولوالعزم در قرآن کریم، به راهنمایی: علی شیخ الاسلامی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده الهیات، دانشگاه قم، ۱۳۷۷، ۲۵۲ صفحه.

رساله حاضر درباره تبلیغ، مبلّغان، شرایط و ویژگی های آن در قرآن، تحقیق کرده است. نویسنده پس از تعریف لغوی تبلیغ، جایگاه تبلیغ در قرآن و تبلیغ از نظر بزرگان دین های تبلیغی را بیان می کند و هدف پیامبران از تبلیغ و نیز ویژگی های تبلیغی پیامبران (عصمت، شجاعت و...) را شرح می دهد. وی در پایان این نوشته، شیوه های تبلیغی حضرت محمد۹، حضرت نوح۷، حضرت ابراهیم۷، حضرت موسی و حضرت عیسی۷ را تبیین می کند.

۵۱.غیاثیان، مریم السادات، بازنمایی اسلام در نشریات امریکا قبل و بعد از یازدهم سپتامبر در چهارچوب تحلیل گفتمان انتقادی، به راهنمایی: فردوس آقا گلزاده، رساله دکتری رشته زبانشناسی همگانی، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۶، ۲۴۵ صفحه.

رسانه ها همواره می کوشند تا ساختار ایدئولوژیکی جامعه ای را که در آن فعالیت می کنند، شکل بدهند و تحت تأثیر قرار دهند. بنابراین، رسانه ها فعالانه و بر اساس گرایش های ایدئولوژیکی خود و منافع صاحبان قدرت به بازسازی اخبار و اطلاعات اقدام می کنند. مطالعه حاضر با بهره گرفتن از الگوی ون دایک (۱۹۹۸) بر آن است تا نشان دهد، چگونه مسلمانان و سفیدپوستان به عنوان گروه های اجتماعی، در گفتمان به تصویر کشیده می شوند و چگونه گفتمان ایدئولوژیکی به عنوان وسیله ای برای تأیید تسلط گروهی بر گروه دیگر شکل می گیرد. نمونه مورد بررسی از دو روزنامه «گاردین» و «دیلی تلگراف» از انگلیس و دو مجله «تایم» و «نیوزویک» از امریکا در مدت زمان ۱۲ سپتامبر ۲۰۰۱ م. تا ۱۱ مارس ۲۰۰۲ م. انتخاب شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که بازنمایی

«گروه هـای خودی» در راسـتای مثبت نمـایی «خود» و بازنمایی «گروه های غیر خودی» در راسـتای منفی نمایی «دیگران» بوده است. بر این اساس، زمانی که مسـلمانان مورد حمله یا رفتار ناشایست قرار گرفته انـد یا پلیس آنها را بازداشت کرده است، در بیشتر موردها از مؤلفه نامشخص سازی برای بازنمایی آنها استفاده شده است. در مقابل، زمانی که مسلمانان، مظنون به شرکت در حمله هـای تروریستی یـا اعمـال خرابکـارانه ای بوده انـد، بازنمـایی آنها به صورت بیان همه مشـخصات آنها ماننـد نام، نام خانوادگی، تحصیلات، سن، قومیت و مذهب بوده است. نتیجه دیگر اینکه در همه موردهایی که مسلمانان به اعمال تروریستی متهم شده اند، سـناریو به گونه ای طرح ریزی شده است که این افراد پس از آموزش های یک مغز متفکر و یک رهبر مذهبی مسـلمان هدایت شده و اقدام کرده اند و همه چیز سازمان یافته و از پیش برنامه ریزی شده است. در واقع آنها می کوشند نشان دهنـد مسـلمانان به صورت شـبکه ای به انجام فعالیت های تروریستی مشـغول هسـتند و بنابراین، برای دیگر کشورها تهدیـد به شمار می روند.

۵۲.فرهادی نسب، جعفر، بررسی مطبوعات اسلامی و مطبوعات خراسان در سال ۱۳۵۷، به راهنمایی: حسین الهی، استاد مشاور عباسعلی تفضلی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی (واحد مشهد)، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، ۱۳۷۸.

موضوع رساله در شـش بخش به شـرح ذیل مورد بررسـی قرار می گیرد: بخش اول با عنوان انقلاب اسـلامی و شناخت ماهیت آن، شامـل چهـار فصل: مفهوم انقلاب، اقسام انقلاب، انقلاب اسـلامی و مفاهیم مهم آن و ویژگی های انقلاب اسـلامی است. بخش دوم نیز بـا عنوان انقلاب اسـلامی و عملکرد روحانیت به مباحثی چون انقلاب اسـلامی ایران، ساختارهای دینی و فکری روحانیون و تأثیر آن در انقلاب و چگونگی شکل گیری این ساختارها و

ساختارهای زیربنای انقلاب اسلامی و اوضاع سیاسی، اقتصادی و دینی مردم خراسان در سال ۱۳۵۷ پرداخته است. بخش سوم: مطبوعات و حکومت، ساختار حکومت پهلوی و روزنامه نگاری، روش های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی روزنامه های خراسان، دسته بندی بولتن ها، اعلامیه ها و انتقال آنان در روزنامه ها و بیان نظرات، عقاید، اعلامیه ها و بولتن های گروه های سیاسی آن زمان. بخش چهارم: تحت عنوان نقش مطبوعات در انقلاب خراسان، مطبوعات و روند انقلاب اسلامی در خراسان، تأثیر مطبوعات در تحرکات اجتماعی خراسان، سازمان های سیاسی، اجتماعی و تأثیر آنها بر روزنامه ها، مراکز دینی و تأثیر آنها بر روزنامه ها. بخش بعدی مطبوعات و گروه های سیاسی، مذهبی شامل مطبوعات و گروه های چپ، مطبوعات و سازمان های مذهبی مخفی، گروه های مخفی و فعالیت آنها در زمان انقلاب، پیروزی انقلاب و نقش رسانه ها، شامل پیشرفت انقلاب و نقش روزنامه ها، تغییر مواضع روزنامه ها، روزنامه های جدید و پیشرفت انقلاب، اما ریشه این نهضت که سکان دار آن امام بود به سال های قبل از ۱۳۴۲ برمی گردد. انقلاب مشروطیت، خیزش های قهرآمیز، وجود گروه ها و احزاب سیاسی به خصوص جبهه ملی و روشنفکرانی نظیر استاد بزرگ، معلم شهید، دکتر علی شریعتی که در بیداری نسل جوان نقش مهمی داشته و همچنین وجود مطبوعات سیاسی و غیرسیاسی از جمله عوامل مهمی بودند که در پیروزی انقلاب ایران نقش بزرگی ایفا نمودند.

۵۳.فیاض، ابراهیم، تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات بر پایه مکتب تولید و مبادله معنا نگاهی مردم شناختی ارتباطی، به راهنمایی: جلال الدین رفیع فر، استادان مشاور: مجید تهرانیان، منوچهر محسنی، پایان نامه دکتری تخصصی رشته فرهنگ و ارتباطات، تهران، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق۷، ۱۳۸۱، ۴۸۰ صفحه.

نوشتار حاضر در دو قسمت اصلی تدوین شده است: نخست تولید معنا و سپس مبادله معنا. در قسمت اول انواع نظریه های ارتباطات در تولید معنا و

تاریخ آن را بـاز گو و دوره های تاریخی نظریه ها در علوم اجتماعی و علوم ارتباطات بررسـی می کنـد. پس از این مقـدمه، به بحث نظریه های ارتباطی و مکتب های مربوط به آن در حوزه تولید معنا اشاره می شود. نویسنده، در مراحل بعدی، ریشه های معرفت شناسـی تولیـد معنا در فلسـفه و عرفان را واکاوی و بیان می کند که این بحث را از یونان شـروع کرده و در میانه راه به جهان اسـلام و فلسـفه و عرفان اسـلامی کشانده است. پس از آنجا نیز درباره غرب جدید و نظر فیلسوفان بزرگ آنها در بحث تولید معنا، تحقیق و مطالعه کرده است.

در قسـمت دوم، مبـادله معنا کانون توجه قرار می گیرد و الگوهای مربوط به آن بیان می شود که نویسـنده در سـطحی جامع و کامل به آنها پرداخته است. در پایان به سوی دست یابی به الگویی درباره سیاست گـذاری و برنامه ریزی فرهنگی ـ ارتباطی ایران حرکت می کند که بر اساس این مکتب ارتباطی، ترسیم شده است.

۵۴.کارگرزاده، نسرین، ارزش های دفاع مقدس در سینمای ایران، به راهنمایی: رضا نقیب السادات، استاد مشاور: علی سمیعی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکزی، ۱۳۸۲، ۱۸۵ صفحه.

آمیختگی مفاهیم و انگاره های ایـدئولوژیک با عناصـر و مؤلفه های سیاسـی و نظامی جنگ، ترکیبی تازه از سـینمای جنگ را در ایران می آفرینـد که به تمـایز سـینمای دفـاع مقـدس بـا سـینمای جنـگ در مفهوم عام و جهانی آن می انجامـد. هـدف این پژوهش بررسـی مفاهیم مرتبط با ارزش های دفاع مقدس در سـینمای ایران در دوره جنگ و پس از آن، همچنین شـناخت این مفاهیم ارزشی و چگونگی به تصویر کشیدن آنها در آثار حاتمی کیا و ملاقلی پور است.

ص:۱۲۴

بر این اساس، با روش نمونه گیری احتمالی و به شیوه لایه بندی شده، هشت فیلم از میان همه آثار حاتمی کیا و ملاقلی پور انتخاب و تحلیل شده است. نتیجه کلی اینکه بین نگاه کارگردانان مورد بررسی با متغیرهای مستقل، رابطه معنادار وجود دارد و استفاده این کارگردانان از این متغیرها، تصادفی و غیرعمدی نبوده، بلکه با توجه به دغدغه های ذهنی آنها در برابر مفاهیم ارزشی دفاع مقدس و نیز واقعیت های زمان و مسائل اجتماعی جامعه است. البته این دو کارگردان با دو رویه و شیوه متفاوت از یکدیگر عمل کرده اند.

۵۵.ماسوری، شکوفه، بررسی قصه یوسف در قرآن و ادبیات فارسی با تأکید بر شخصیت پردازی، به راهنمایی: احمد محمدی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۷، ۱۴۲ صفحه.

رساله حاضر با دو هدف نوشته شده است؛ شناخت یکی از منابع غنی ادبی کشور و بررسی امکان استفاده از آن برای نگارش متن نمایشی؛ زیرا به باور نگارنده داشتن نمایش نامه هایی که با ادبیات و فرهنگ ایرانی مرتبط باشند، یکی از امکاناتی که می توان با موفقیت در آن، تئاتری بنا نهاد که مشکل برقرار نشدن ارتباط با تماشاگر ایرانی را تا اندازه ای حل کند. این رساله در چهار فصل، دو پیش گفتار و دیباچه تنظیم شده است:

دیباچه، جست وجوی کوچکی است در ادبیات منظوم کشور، به منظور آگاهی از گستردگی قصه حضرت یوسف۷.

فصل اول، بررسی تطبیقی قصه یوسف۷ با استفاده از منابع گوناگون است که در پی آن چارچوب اصلی قصه به دست می آید.

فصل دوم، نشانه شناسی قصه یوسف۷ است که به منظور بهره گیری شایسته از این علم در تئاتر صورت گرفته و به ویژه به سبب نو بودن این روند (استفاده از نشانه شناسی در تئاتر) در کشور ما تدوین شده است.

ص:۱۲۵

در فصل سوم، شناسه های موجود در قصه یوسف۷ و نوع نزدیکی آن به قصه یا داستان بررسی می شود. این فصل به ویژه به سبب اهمیت وجود شاخص های داستان مدرن در قصه یوسف۷ شکل گرفت.

فصل چهارم، بررسی دراماتیک قصه یوسف۷ است. نویسنده در این فصل به جست وجوی توانایی های بالقوه قصه یوسف۷ برای نگارش نمایش نامه پرداخته و همچنین کاستی های آن را مطرح کرده است.

۵۶.متکلم، محمدحسین، تئاتر و مذهب، به راهنمایی: سعید کشن فلاح، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۷، ۱۰۰ صفحه.

در اندیشه دینی توجیه هر پدیده و هر توضیحی با تفسیر مذهبی شکل می گیرد، ازاین رو مذهب، زمینه اصلی اعتقادی را می سازد. در اندیشه مذهبی، عینیت این اندیشه در آدمی جلوه می کند که در یک جنبه آن مذهب و در جنبه دیگر، انسان بدون آدمی آشکار می شود. مطالب و پیکره اصلی نوشته حاضر در دو فصل تنظیم شده است: در فصل نخست تمدن هایی بررسی می شوند که عنصر جداکننده آن، غیرالهی بودن ادیان آن دوران است، همچون: یونان باستان یا هند. در فصل بعدی، نویسنده تمدن های با منشأ الهی را بررسی می کند، که تفاوت اساسی آن با فصل نخست، در وجود ادیان الهی آن دوران است.

با توجه به ادیان، مذهب های متفاوت نیز پدید می آیند که هر یک بنا به دستورهای ویژه خود، با هنر نمایش برخورد می کنند. بدین ترتیب، در هر دو شکل، انسان و مذهبش از یک سو و هر پدیده ای از سوی دیگر، در کنار هم به گونه ای سازگاری می کردند که نه تنها بر هم صرانشان بلکه بر آیندگان خود نیز تا سال های پس از آن تأثیر فراوانی می گذاردند. در این میان، نمایش از مهم ترین پدیده هایی است که همواره بیشترین ارتباط را با مذهب داشته است؛

ص:۱۲۶

چه در زمـانی که می بـایست نمـایش بر اساس دسـتورهای مـذهبی نهی می شـد و چه در زمانی که نمایش به منظور رسانـدن دستورهای مذهبی به کار رفت.

۵۷.مختـاری، مهـدی، بررسـی نظریه هـا و روش هـای تبلیغ از نظر امکـان کـاربرد آنهـا در برنامه های تبلیغ دینی، به راهنمایی: محمدباقر قهرمانی، اسـتاد مشاور: ناصر باهنر، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته کارگردانی، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۲، ۲۰۳ صفحه.

رسانه قدرتمنـد تلویزیون، به عنوان ابزاری تأثیرگـذار تاکنون در جهت اجرای هـدف های گوناگونی به کار گرفته شده است. یکی از این هدف ها که به ویژه در ایران پس از انقلاب اسـلامی، اداره کنندگان این رسانه به آن توجه زیاد داشـته اند، مسئله گسترش معنویت، تفکر الهی، ترویج و اشاعه دین داری و در یک کلام تبلیغ دینی (به خصوص دین اسلام و مذهب تشیع) در جامعه بوده است. نکته مهم در این پژوهش، چگونگی استفاده درست و اصولی از تلویزیون برای تبلیغ دین در جامعه است که این مسـئله در محـدوده حوزه عمـل یـک برنامه ساز تلویزیون، در مرحله طراحی برنامه، بررسـی شـده است. بـدین ترتیب، سـه گروه از معیارهـا بـا یکـدیگر تطبیق داده شـده انـد: معیارهـای دینی، معیارهـای تلویزیونی و معیارهای تبلیغی. برای این منظور، نخست مراحـل اصـلی طراحی یـک برنـامه تبلیغ دینی، شـناسایی و سـپس بـا اسـتفاده از اطلاعـات موجود که به روش اسـنادی گردآوری شـده انـد نتایج این تحقیق، دسـتورالعمل هایی روشن و کاربردی در اختیار برنامه ساز قرار می دهد که می توان در مراحل انتخاب موضوع، تحقیق و جمع آوری اطلاعات، مخاطب شناسـی، هدف گذاری، تعیین سبک و لحن و نیز تعیین میزان سرگرم کننـدگی برنـامه آنهـا را به کـار گرفت. همچنین، ارائه الگـویی برای تبـدیل پیـام دینی به برنـامه تلویزیونی که امکـان استفاده از آن در انواع برنامه های تلویزیونی هست، جزو نتایج مهم این تحقیق به شمار می رود.

ص:۱۲۷

۵۸.مذجحی، مریم، بررسی کارکردهای دینی تلویزیون: دیدگاه مخاطبان، کارشناسان و برنامه سازان درباره برنامه های دینی تلویزیون، به راهنمایی: ناصر باهنر، استاد مشاور: سید محمد دادگران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات (گرایش تحقیق در ارتباط جمعی)، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۱، ۱۴۵ صفحه.

پژوهش حاضر کارکردهای دینی تلویزیون را بررسی می کند و مسئله اصلی تحقیق این است که آیا تلویزیون می تواند به محتوای دینی بپردازد و تلویزیون جمهوری اسلامی ایران تاکنون در این زمینه چگونه عمل کرده و اوضاع مناسب و شایسته چگونه است؟ این مطالعه با روش پیمایشی و با استفاده از پرسش نامه و به صورت گفت وگوی حضوری با مخاطبان برنامه های دینی (۹۳۹ نفر از افراد هفت سال به بالا)، سازندگان و کارشناسان رسانه انجام گرفته است.

۵۹.مشایخ، میثم، بررسی محتوای اسلامی در دو سریال ویژه ماه مبارک رمضان سال ۱۳۸۷ (روز حسرت) و (مثل هیچکس)، به راهنمایی: ناصر باهنر، استاد مشاور: محمدعلی هرمزی زاده، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات (گرایش تحقیق)، دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۸، ۱۲۰ صفحه.

این تحقیق می کوشد میزان ارائه محتوای معارف اسلامی بر اساس تقسیم های پنج گانه اعتقادی، تاریخی، اخلاقی، احکام و مراسم عملی و اجتماعی را در پربیننده ترین سریال های رمضان سال ۱۳۸۷ بررسی کند. برنامه های تلویزیونی «روز حسرت» و «مثل هیچکس» به ترتیب با ۲/۸۱ درصد بیننده از شبکه یک سیما و ۲/۷۱ درصد بیننده از شبکه دو سیما پخش شدند. روشی که نویسنده در این پژوهش به کار گرفته، روش تحلیل محتواست و متغیرها عبارتند از: نوع رفتار، نام رفتار و شخصیت. همچنین واحد ثبت و شمارش، رفتار در

ص:۱۲۸

صحنه است و واحد متن، قسمت سریال. نتایج نشان می دهد که این دو سریال بیشتر به معارف اخلاقی پرداخته و به چهار بخش دیگر از معارف اسلامی کمتر توجه کرده اند، به گونه ای که معارف اخلاقی در سریال روز حسرت با ۳۸/۴۹ درصد و در سریال مثل هیچکس با ۰۴/۶۴ درصد، بیشترین معارف اسلامی را به تصویر کشیده بودند و معارف تاریخی با ۴۹/۰ درصد در سریال روز حسرت و معارف اجتماعی با ۶۳/۰ درصد در سریال مثل هیچکس، کمترین میزان تصویرپردازی معارف اسلامی را داشته اند.

۶۰.معتمدی، بشیر، «نظام تولید برنامه های دینی تلویزیون در سازمان صدا و سیما»، به راهنمایی: مهدی منتظر قائم، استاد مشاور سعید رضا عاملی. پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی. دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، ۱۳۸۶، ۲۴۱ص.

برنامه های دینی در رسانه ها جایگاه خاصی دارند و تقریباً در همه رسانه های دنیا، برنامه های دینی تولید و پخش می شوند. پس از وقوع انقلاب اسلامی در ایران، اندیشه، پیرامون نسبت «رسانه» و «دین» به یکی از مباحث اصلی حوزه رسانه تبدیل شد. صاحب نظران رسانه، تلویزیون را از سه منظر مورد مطالعه قرار می دهند. این سه منظر، شامل بررسی نظر مخاطبان، بررسی محتوای تولیدی و بررسی نظام تولید است . در بررسی نظام تولید، مالکیت، سیاست گذاری ها، اولویت ها و رویکردها، ضوابط، نحوه کنترل و نظارت، متخصصان حرفه ای، نحوه اعمال مدیریت و عوامل مختلفی که در شکل گیری تولید تلویزیونی اثرگذار هستند، مورد مطالعه قرار می گیرد. در تحقیق حاضر برای بررسی نظام تولید تلویزیون از روش کیفی بهره گرفته شده است. براساس این روش، از دو طریق «مراجعه به اسناد و مدارک سازمان» و «مصاحبه های عمقی با مدیران و دست اندرکاران»، به جمع آوری اطلاعات اقدام شده است. ادبیات موضوعی این تحقیق، تلفیق چند تئوری و

رویکرد از مطالعات انتقادی ارتباطات و مطالعات فرهنگی است. تئوری هایی که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته، تئوری های اقتصاد سیاسی، ایدئولوژی و هژمونی و نقش آنها در نظام تولید برنامه های تلویزیونی است.

۶۱.ناصری مقدم، حسین، سینما در ساحت فقه، پژوهشی در احکام فقهی تصویر متحرک، پایان نامه دکتری، تهران، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه تهران، ۱۳۸۰.

این نوشتار تحقیقی استدلالی و تحلیلی درباره حکم فقهی سینما و تصاویر متحرک است. این پژوهش در چهار بخش ارائه شده است. بخش اول مطالبی درباره این سرفصل ها دربردارد: تعریف تصویر، واژه های مرتبط با لفظ تصویر، واژه تصویر در متون دینی، اسباب و انگیزه های ساخت تصاویر و علل حرمت تصویر سازی.

در بخش دوم درباره موضوع های زیر بحث می شود: احکام اولی ساخت تصویر متحرک، احکام عکس فتوگرافی، احکام ساخت تصاویر متحرک، احکام اولی ساخت مطلق تصویر و احکام مشارکت در ساخت تصاویر.

بخش سوم نیز حکم نگه داری و بهره گیری از تصاویر ساخته شده را بیان می کند و ضمن آن سخنان فقیهان، حکم نماز گزاردن در برابر تصویر متحرک، حکم پذیرفتن دعوت به مکان هایی که تصویر دارند و احکام به کارگیری تصاویر بررسی شده است.

در بخش چهارم از احکام ساخت تصویر متحرک با توجه به دیگر عنوان ها سخن به میان آمده است. برخی از این عنوان ها عبارتند از: تشبه مرد به زن یا به عکس، اختلاط و معاشرت زن و مرد در فیلم، احکام همانندی به امامان و دشمنان آنها، احکام کذب و خلاف واقع نمایی در فیلم، احکام غیبت در فیلم و احکام تفریح و لغو در دیدن فیلم.

ص:۱۳۰

۶۲.همـایون، محمـدهادی، بررسـی آرا و انـدیشه هـای ژاک الـول نسـبت بـه تبلیغـات غرب بر اسـاس دیـدگاه هـای الهی امـام خمینی=، پایان نامه کارشناسـی ارشـد، تهران، دانشـکده الهیات، معارف اسـلامی و ارشاد، دانشـگاه امام صادق۷، ۱۳۷۰، ۱۸۰ صفحه.

هـدف از این پژوهش، بررسـی تطبیقی دیـدگاه های ژاک الول و امام خمینی= درباره تبلیغات غرب است. پایان نامه حاضـر با اسـتفاده از روش کتابخانه ای انجام شده و مبحث های آن در سه فصل سامان یافته است. در فصل اول، تبلیغات از دیدگاه امام خمینی= و در فصل دوم، تبلیغات از دیـدگاه ژاک الول نقـد و بررسـی می شود. در فصل سوم نیز نویسـنده، این دو دیـدگاه را مقایسه و تطبیق می کند.

بنابر نتایج تحقیق، تبلیغات اسـلامی آنچنان که در اسـلام مطرح است با تبلیغات کلی آنچنان که دانشمندان غربی می اندیشند، تفـاوت کلی مـاهوی دارنـد. این تفـاوت را در مبنـای فکری و اعتقـادی، چهـارچوب و الگوهـای تبلیغات، قوانین حاکم بر آن، هدف های تبلیغات و محدوده آزادی عمل در شـیوه های آن به خوبی می توان دید. ضـمن آنکه این تفاوت ماهوی سـبب می شود مسائـل مهم در هر یک از دو نوع تبلیغات متفاوت و در این موردها کمتر با یکـدیگر مشترک باشـند. در این میان، اگر با مسـئله ای مشترک در هر دو نوع تبلیغات روبه رو شویم، از درجه اهمیت متفاوتی در این دو نظام برخوردارنـد. سـرانجام اینکه مسائل مشترک تبلیغات، اگرچه در هر دو الگو از اهمیت یکسانی برخوردار باشـند، پاسـخ های متفاوتی از این دو نوع تبلیغات دریافت می کنند.

نگارنده معتقد است برای تدوین تبلیغات اسـلامی و تعیین چهارچوب و الگو و مسائل آن ناچاریم به ادبیات متفکران غربی در زمینه مسئله تبلیغات مراجعه کنیم. با این حال، اگرچه مطالعه در آثار دانشمندان بیگانه به اسلام و آشنا به تبلیغات، برای تدوین تبلیغات اسـلامی شـرطی لازم است، به اصطلاح علمای منطق، شرط کافی نیست. کاستی های نوشته های دیگران، با منابع غنی معارف اسلامی و پژوهش های نو و ژرف درباره آنها جبران می شود

ص:۱۳۲

مقالات

ال شرکاوی، جلال، «عرضه تصویر پیامبر اسلام بر روی پرده سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۸۰ _ ۸۲.

الله اکبری، علی، «پیامبر و رسانه»، پویا (نشریه دانشجویی دفتر پژوهش های فرهنگی)، شماره های ۸ و ۹ (بهار و تابستان ۱۳۸۷).

«آزادی مطبوعات و رسانه ها از دیدگاه امام خمینی رحمه الله »، صدای عدالت، شماره ۱۹۲ (۱۸ خرداد ۱۳۸۱): ص۷.

«آیین ها و کاربرد آنها در درام: گفت وگو با دکتر قطب الدین صادقی»، آینه خیال، شماره ۶ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۷)، صفحه های ۲۶ و ۲۷.

«ا،م.نگره دین _ سینما: یادداشتی بر ترجمه زیبایی شناسی اسلامی»، نقد سینما، شماره ۶ (پاییز ۱۳۷۴): صص ۱۹ _ ۲۱.

«اتفاق (سینمای دینی ایران)»، فیلم نگار، شماره ۷۲ (شهریور ۱۳۸۷)، صص ۴ و ۵.

«ارتباطات اسلامی از آغاز تا امروز: گفت وگو با سید عبدالرسول علم الهدی»، نامه ارتباطات و دین، شماره ۶ (اسفند ۱۳۸۵): صص ۴ و ۵.

«برداشت فیلم سازان کشور ما از سینمای دینی: گزارشی از ادامه همایش جستاری در سینمای دینی»، ابرار، شماره ۲۳۷۳ (۱۸ دی ۱۳۷۵): ص ۱۰.

«پیام جهانی اسلام در عصر ارتباطات»، درس هایی از مکتب اسلام، شماره ۴۱۹ (بهمن ۱۳۷۴): صص ۳ _ ۵.

ص:۱۳۴

«تبلیغ روی کاغذ: مطبوعات دینی در گفت وگو با رسول جعفریان»، خردنامه همشهری، شماره ۲۰ (آبان ۱۳۸۶): صص ۲۸.

«تبلیغات در کلام وصایای امام رحمه الله »، پژوهش و سنجش، شماره ۲ (تابستان و پاییز، ۱۳۷۳): صص ۳ _ ۵.

«تحلیل نسبت دین و سینما از نظرگاه های مختلف»، گلستان قرآن، شماره ۱۳۷ (آذر ۱۳۸۱): ص ۴۲.

«تصویر باورهای عاشورایی در سینمای ایران»، اسرار، ۲۲ دی ۱۳۸۶.

«جستاری در سینمای دینی»، اطلاعات، شماره ۲۰۹۵۷ (۱۶ دی ۱۳۷۵): ص ۵.

«دنیا تشنه هنر انقلاب است: روحانیت و سینما در گفت وگو با حجت الاسلام پناهیان»، سینما رسانه، شماره ۴۱۱ (بهمن ۱۳۸۷)، صص ۷۹ _ ۸۰.

«دین از چشم سینما؛ از نظر تا عمل»، گزارش فیلم، ویژه نامه، شماره ۱۸۰ (۱۵ مهر ۱۳۸۰): صص ۴ و ۵.

«دین و سینما: سخنرانی حجت الاسلام سید محمد قائم مقامی در هم اندیشی دین از چشم سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۲۹ _ ۳۱.

«دین، مدیریت، خلاقیت، هنر: سینمای دینی»، فیلم نگار، شماره ۸۵ (آبان ۱۳۸۸)، صص ۴ و ۵.

«دین ستیزی در رسانه های غربی»، کلام اسلامی، شماره ۴۶ (تابستان ۱۳۸۲): صص ۲ _ ۵.

«راهبردهای آموزش دینی در تلویزیون: مطالعه ای تطبیقی در رسانه های دینی ایران»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۳ (بهار ۱۳۸۲): صص ۵۵ _ ۷۸.

«رسانه قدرت است: چالش رسانه ای مسلمانان و غرب در گفت وگو با دکتر محمداحمدالله صدیقی»، سوره، شماره ۲۹ (آبان و آذر ۱۳۸۵): صفحه های ۵۸ _ ۶۲.

«روزنامه نگاری دینی اسرائیل و تأثیر آن بر ترویج اندیشه های متعصبانه

ص:۱۳۵

یهود و صهیونیسم»، ترجمه اکبر نوری، کتاب ماه دین، شماره های ۱۰۲ و ۱۰۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۵): صص ۴۳ _ ۴۴.

«روزنامه ها و پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله : بررسی مطالب مربوط به پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله در روزنامه ها»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۳۰۷ _ ۳۲۲.

«سینما از منظر اسلام»، ابتکار، ۲۷ بهمن ۱۳۸۶.

«سینما و ادای دین به حسین علیه السلام »، اعتدال، ۲۲ دی ۱۳۸۶.

«سینما و دین»، نقد سینما، شماره ۵ (تابستان ۱۳۷۴): صص ۴_۹.

«سینمای تبلیغات دینی»، سینما ویدئو، شماره ۳۴ (۱۱ مهر ۱۳۷۴): ص ۱۲.

«سینمای دینی از نگاه متفکران و دست اندرکاران سینمای ایران: گزارشی از نخستین همایش جستاری در سینمای دینی»، سینما، شماره ۲۴۲ (۱۹ دی ۱۳۷۵): صص ۱۴ و ۱۵.

«سینمای دینی با تعریفی تازه: گفت و گو با سید محمد صادق مرکبی، دبیر سه دوره اول جشنواره فیلم رویش»، سوره، شماره ۳۸ (خرداد، تیر و مرداد ۱۳۸۷): صص ۶۴ _ ۶۸.

«سینمای دینی به روایت کارل تئودور درایر»، جهان اسلام، شماره ۵۰۹ (۵ اسفند ۱۳۷۱): ص ۸.

«سینمای دینی که سینمای سرزمینی است: گفت و گو با دکتر محمدحسن احمدی، دبیر اولین هم اندیشی دین از چشم سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۶۴ _ ۶۹.

«سینمای دینی، بایدها و نبایدها: گزارشی از نخستین جلسه همایش جستاری در سینمای دینی»، ابرار، شماره ۲۳۷۲ (۱۷ دی ۱۳۷۵): ص ۱۰.

«سینمای دینی، حکومت دینی: سخنرانی آقای بهروز افخمی در هم اندیشی دین از چشم سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۱۹ _ ۲۱.

ص:۱۳۶

«سینمای دینی؛ بازگشت انسان به اصل خویش: به مناسبت برپایی نخستین همایش جستاری در سینمای دینی»، اطلاعات، شماره ۲۰۹۵۹ (۱۸ دی ۱۳۷۵): ص ۵.

«سینمای دینی؟... داریم... نداریم: صاحب نظران سینما پاسخ داده اند»، گزارش فیلم (ویژه نامه)، شماره ۱۸۰ (۱۵ مهر ۱۳۸۰): صص ۱۳ _ ۱۸.

«سینمای شبه دینی و سینمای تعبد گرای: سخنرانی آقای نادر ابراهیمی در هم اندیشی دین از چشم سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۴۹ _ ۵۳.

«سینمای ملی، سینمای دینی: گفت وگو با مسعود فراستی»، سروش، شماره ۱۰۴۷ (۱۰ شهریور ۱۳۸۰): صص ۶۶ _ ۶۹.

«شکوفایی سینمای دینی و راهکارهای امروزین آن: گزارشی در باب دین مداری روز آمد در سینمای ایران»، سینما ویدئو، شماره ۴۰۴ (خرداد ۱۳۸۷): صص ۳۴ _ ۳۹.

«صدا و سیما در کلام رهبری»، هنر دینی، شماره های ۱۱ و ۱۲ (بهار و تابستان ۱۳۸۱): صص ۷ _ ۱۴.

«ضرورت به کارگیری شیوه های نو در تبلیغات اسلامی، برگرفته از: آثار شهید مطهری»، تبلیغ، شماره ۲۵ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۳): صص ۱۰ و ۱۱.

«عواقب نگاه هالیوود به این سو: مسلمانان از چشم هالیوود»، سینما رسانه، شماره ۴۱۷(مهر ۱۳۸۸)،

«فقه مطبوعات: از دیدگاه آیت الله سید محمدحسین فضل الله»، صدای عدالت، شماره ۱۳۸ (۲۹ بهمن ۱۳۸۰): ص۹.

«فیلم دینی، نه سینمای دینی: گفت وگو با بهروز افخمی»، گزارش فیلم (ویژه نامه)، شماره ۱۸۰ (۱۵ مهر ۱۳۸۰): صص ۶ _ ۱۲.

«کاربرد دین در سینما: سخنرانی آقای مجتبی راعی در هم اندیشی دین از چشم سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۴۰ و ۴۱.

ص:۱۳۷

«مبانی و حدود آزادی بیان و مطبوعات از دیدگاه اسلام»، نامه فرهنگ، شماره ۴۶ (تابستان ۱۳۸۱): صص ۳۴ _ ۴۵.

«مخاطب شناخت در ابلاغ پیام دین»، هفته نامه پگاه، شماره ۴۴ (۲۴ فروردین ۱۳۸۱): صص ۲ و ۳.

«مخاطب و اندیشه سینمای دینی»، گزارش فیلم (ویژه نامه)، شماره ۱۸۰ (۱۵ مهر ۱۳۸۰): صص ۳۰ _ ۳۴.

«مذهب در سینما: حضرت مسیح علیه السلام »، ترجمه: مژگان منصوری، سینما، شماره ۵۳۶ (۱۹ تیر ۱۳۸۱): ص ۲۹ و شماره ۵۳۷ (۲۶ تیر ۱۳۸۱): ص ۲۹.

«مشکلات رسانه های مستقل اسلامی»، سلام، شماره ۷۸۴ (۱۱ بهمن ۱۳۷۲): ص ۸.

«ناکامی جهان اسلامی در استفاده صحیح از سینما»، جهان اسلام، ضمیمه، شماره ۸۰۷ (۱۲ اسفند ۱۳۷۲): ص ۲.

«نشریات اسلامی در ترکیه»، سروش، شماره ۷۱۸ (۵ آذر ۱۳۷۳): ص ۱۹.

«نقش ارتباطات در تبلیغات دینی و مذهبی: نگاهی به تاریخچه و سیر تحول پخش برنامه های دینی»، آفرینش، شماره ۵۸۹ (۲۱ شهریور ۱۳۷۸): ص ۱۰.

«نور سبز بر پرده نقره ای: درباره فیلم به یاد ماندنی عقاد از زندگی پیامبر» سپیده دانایی، شماره ۲۲ (اسفند ۱۳۸۷ و فروردین ۱۳۸۸): صص ۱۳۹ و ۱۴۰.

«نیم نگاهی به همسایگی دین و سینما: سخنرانی حجت الاسلام محمدعلی ذم در هم اندیشی دین از چشم سینما»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۱۳ _ ۱۸.

«وضعیت در حال گذر؛ فقدان نظریه هنجاری رسانه ای: گزارشی از پژوهش دکتر محسنیان راد درباره رسانه ها در کشورهای اسلامی»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): ۱۶۹ _ ۱۸۰.

«ویژگی های معنوی سینمای ایران»، پگاه، شماره ۳۹ (۲۰ بهمن ۱۳۸۰): صص ۲۹ و ۳۰.

آئیش، محمـد، «تلویزیون هـای مسـلمان در عصـر جهـانی شـدن: تـأثیر تلویزیون هـای مـاهواره ای منطقه ای و فرا منطقه ای بر فرهنـگ و نظام های ارزشـی کشورهای اسـلامی عربی»، ترجمه: معصومه حیـدری و زهراپور، سـروش، سال ۲۵، شماره ۱۱۲۳ (۲۰ اردیبهشت ۱۳۸۲) : صص ۳۲ و ۳۳.

آریانی، حسین، «نگاهی به مهم ترین فیلم های سینمای معناگرا: سینما پشت پرده مه»، تهران امروز، ۱۰ مهر ۱۳۸۶.

آشنا، حسام الدین، «ارتباطات سیاسی و فرهنگ مذهبی ایران»، گفتمان، شماره ۱ (تابستان ۱۳۷۸): صص ۱۸۹ _ ۲۰۸.

آشنا، حسام الدین، «دین پژوهی رسانه ای»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره های ۹۴ و ۹۵ (مرداد و شهریور ۱۳۸۴): صص ۳۳ و ۳۵.

آشنا، حسام الدین، «رسانه، دین، جامعه»، جام جم، سال ۸، شماره ۲۱۱۶ (۱۷ مهر ۱۳۸۶): ص ۹.

آقابالائی، علیرضا، «تمسخر مذهب در سینمای غرب»، ابرار، شماره ۳۱۹۰ (۱۹ آبان ۱۳۷۸): ص ۸.

آقابلائی، علیرضا، «مروری بر فیلم های مذهبی تاریخ سینما»، روزنامه جام جم، شماره ۳۹۹ (۱۹ تیر ۱۳۸۰): ص ۱۰.

آوینی، مرتضی، «حکمت سینما»، فارابی، شماره های ۲ و ۳ (بهار و تابستان ۱۳۷۳): صص ۴۸ _ ۷۱.

آوینی، مرتضی، «حکمت سینما»، هنر دینی، شماره ۷ (بهار ۱۳۸۰): صص ۱۲۳ _ ۱۲۸ و شماره ۸ (تابستان ۱۳۸۰): صص ۱۰۹ _ ۱۲۰.

آوینی، مرتضی، «حکمت سینما»، هنر دینی، شماره ۸ (تابستان ۱۳۸۰): صص۱۰۹ _ ۱۲۰.

آوینی، مرتضی، «حکمت سینما»، هنر دینی، شماره های ۱۱ و ۱۲ (بهار و تابستان ۱۳۸۱): صص ۳۷ _ ۵۰.

آهنگری، فرهاد، «حقیقت در کادر اسکوپ: تأملی در سینمای عرفانی

مرتضی آوینی»، شاهد یاران، شماره ۳۱ (خرداد ۱۳۸۷): صص ۸۳ _ ۸۵.

ابراهیمی، محبوبه، «رسانه های دیداری و رسالت ترویج حجاب»، پویا (نشریه دانشجویی دفتر پژوهش های فرهنگی)، شماره های ۸ و ۹ (بهار و تابستان ۱۳۸۷).

احمدزاده، روح الله، «رسانه و نقش آن در ترویج مناسک دینی» نامه ارتباطات و دین، شماره های ۱۳و۱۴ (اردیبهشت و خرداد ۱۳۸۷): ص ۵.

احمدی، سیامک، «تئاتر دینی: فطرت و هویت انسانی»، میهن، شماره ۱۱ (۱۸ آبان ۱۳۸۷): صص ۴۶ و ۴۷.

اخترشهر، علی، «رسانه های ارتباط جمعی و نقش آنها در جامعه پذیری دینی»، معرفت، شماره ۱۲۳ (اسفند ۱۳۸۶).

ارتیز، گی و مگی روکس، «سینما و دین: تقدس فن آوری پیشرفته و شرط انسانیت (فیلم های نابودگر ترميناتور)»، ترجمه: فرهاد ساسانی، فارابی، شماره ۴۵ (تابستان ۱۳۸۱): صص ۱۳۵ _ ۱۴۶.

ارشیا، وحید، «مناسک رسانه: دین وتکه تکه های تصویر»، پویا (نشریه دانشجویی دفتر پژوهش های فرهنگی)، شماره ۸ و ۹ (بهار و تابستان ۱۳۸۷).

ارواحی، علیرضا، «بررسی سیر تکوینی _ تطبیقی نمایش های سنتی آیینی»، نمایش، شماره های ۱۱۳ و ۱۱۴ (بهمن و اسفند ۱۳۸۷): صص ۲۲ _ ۲۵.

استتی، صلاح، «اسلام و تصویر»، ترجمه: محمدسعید محصمی، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۷۹ _ ۸۱.

استیفن، امرسون و چاند رافرفر و پیرسیلا مارتینز، «اسلام و رسانه های غربی»، سیاحت غرب، شماره ۳۵ (خرداد ۱۳۸۵): صص ۵ _ ۱۰.

اسعد، «بحران تئاتر در کشورهای اسلامی در بررسی مشکلات تئاتر در جهان اسلام»، ترجمه: موسی بیدج، ادبستان فرهنگ و هنر، شماره ۳۶ (آذر ۱۳۷۱): صص ۱۴۲ و ۱۴۳.

اسفندیاری، خلیل، «تبلیغات اسلامی، زمینه ها و ضرورت ها»، رسالت، شماره ۴۷۵۳ (۱۵ آبان ۱۳۸۰): ص ۱۱.

اسفندیاری، عبدالله، «ژانر اجتماعی، انتقادی سینمای امر به معروف و نهی از منکر»، گزارش فیلم، شماره ۵۴ (مرداد ۱۳۷۳): صص ۴۲ _ ۴۴.

اسلتمن، جنی، «اعتماد کورکورانه یا ایمان آگاهانه»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۱۵ _ ۱۳۱.

اسلتمن، جنی، «تله و یزیون: اعتقاد کورکورانه یا ایمان آگاهانه»، ترجمه: حسین عمید، اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۷ (مهر ۱۳۸۸)، صص ۶۵ _ ۶۸.

اسماعیلی، محسن، «آزادی ارتباطات و اطلاعات در حقوق معارف اسلامی»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار۱۳۸۶): صص ۲۴۵ _ ۲۶۱.

اسماعیلی، محسن، «آزادی ارتباطات و اطلاعات در حقوق و معارف اسلامی»، رسانه، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۲۴۵ _ ۲۶۲.

اسماعیلی، محسن، «جایگاه حقوقی رسالت رسانه ها»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۵۱ _ ۱۶۷.

اسماعیلی، معصومه، «نگاهی به سیاست های هالیوود درباره پیامبران: ستیزه جویی با سفیران الهی»، حزب الله، ۱۲ مهر ۱۳۸۶.

اصفهانی، حامد، «رسانه ها و درک فضای معنوی»، رسالت، ۱۹ آذر ۱۳۸۶.

افراسیابی، محمدصادق، «وبلاگ و دین در عصر ارتباطات»، جام جم، سال ۷، شماره ۱۷۴۸ (۳ تیر ۱۳۸۵): ص ۹.

اقلیدی نژاد، علی، «آسیب شناسی در مدیریت کلان تبلیغ دینی»، معرفت، شماره ۴۸ (آذر ۱۳۸۰): صص ۱۱۲ _ ۱۲۰.

امامی، همایون، «تأملی در تجلی مذهب در سینمای مستند ایران»، فصلنامه هنر، شماره ۴۰ (تابستان ۱۳۷۸): صص ۲۰۵ _ ۲۱۱.

امینی، رحمت، «بررسی تأثیرات متقابل نمایش های مذهبی و تئاتر معاصر ایران»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صفحه های ۴ _ ۹.

ایزدی، پیروز (مترجم)، «بررسی مطالعات و پژوهش های رسانه ها و دین»، رسانه ، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۹ _ ۷۴.

اینس، کریستوفر، «احیا کردن مذهب در جامعه ای غیرمذهبی به وسیله نمایش: هنر موری شافر»، ترجمه: سحر قدیمی، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۲۰ _ ۲۵.

باتلر، ایوان، «سینمای دینی: جلوه ای دیگر از نسبت میان دین و سینما: راهبان و راهبه ها»، نقد سینما، شماره ۱۲ (زمستان ۱۳۷۶): صص ۵۴ _ ۶۲.

باتلر، ایوان، «مذهب در سینما»، ترجمه: سودابه فضایلی، نقد سینما، شماره ۷ (بهار ۱۳۷۵): صص ۸۳ _ ۹۱.

باقری، شهلا، «مقایسه نظام ارزش های دینی منعکس شده در مطبوعات: قبل و بعد از انقلاب اسلامی»، متین، شماره های ۲۸ و ۲۹ (پاییز و زمستان ۱۳۸۴): صص ۳ _ ۴۰.

باهنر، ناصر، «از دین تلویزیونی تا آرمان تلویزیون دینی»، سروش، شماره ۱۱۲۱ (۲۴ اسفند ۱۳۸۱): صص ۸۴ _ ۸۹.

باهنر، ناصر، «برنامه های دینی تلویزیون و دریافت مخاطبان: یک مطالعه تطبیقی پیرامون برنامه های اسلامی تلویزیون ایران و کلیسای الکترونیک»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام ، شماره ۱۶ (زمستان ۱۳۸۱): صص ۸۱ _ ۸۸.

باهنر، ناصر، «رسانه های جمعی و تولیدات دینی برای کودکان: ارائه رویکردی ارتباطی فرهنگی»، تحقیقات فرهنگی، شماره ۳ (پاییز ۱۳۸۷): صص ۳۷ _ ۵۴.

باهنر، ناصر، »تاریخ تحول رادیو و تلویزیون های دینی در دنیای معاصر: جستجوی یک الگو»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۸۳ _ ۱۹۸.

بحرالعلوم، ابراهیم، «آیا ما سینمای دینی داریم؟»، ابرار، شماره ۲۳۷۷ (۲۳ دی ۱۳۷۵): ص ۱۰.

بران، استفن، «سینما و دین؛ خوش بینی، امید و فیلم های خوش آیند: مطالعه موردی کاپرا»، فارابی، شماره ۳۸ (پاییز ۱۳۷۹): صص ۱۹۹ _ ۲۱۴.

برهانی، بهاره، «گذری بر چهاردهمین جشنواره بین المللی نمایش های آیینی سنتی»، نقش آفرینان، شماره ۵۷ (شهریور ۱۳۸۸): ص ۸۸.

بشیر، حسن، «رسانه و مناسک دینی: بازسازی یا ویرانی دین داری»، نامه ارتباطات و دین، شماره های ۱۳و۱۴ (اردیبهشت و خرداد ۱۳۸۷): صص ۲ و۳.

بشیری راد، منوچهر، «مدرنیته و رویکرد استعلایی سینما»، گزارش فیلم (ویژه نامه)، شماره ۱۸۰ (۱۵ مهر ۱۳۸۰): صص ۲۸ و ۲۹.

بن پوته، منصور، «سینمای اسلامی: آنتی تزی برای سینمای غرب یا هالیوود»، فرهنگ و سینما، شماره ۳۲ (اسفند ۱۳۷۲): صص ۵۰ _ ۵۲.

بنیانیان، حسن، «بایدها و نبایدها: چهارمین جشنواره فیلم کوتاه دینی رویش»، نقد سینما، شماره ۲۸(آبان ۱۳۸۷): صص ۳ و ۴.

بنیانیان، حسن، «ضرورت کارشناسی نسبت دین و رسانه»، سوره، شماره ۳۹ (مهر و آبان ۱۳۸۷): صص ۴ _ ۶.

بهداروند، محمدمهدی، «رسانه ها، نظام اسلامی: کاستی ها و بایستی ها»، رواق اندیشه، شماره ۳۹ (اسفند ۱۳۸۳): صص ۴۱ _ ۵۳.

بهرامی، محمدحسین، «فن آوری اطلاعات در خدمت اطلاع رسانی اسلامی»، ره آورد نور، شماره ۱۲ (پاییز ۱۳۸۴): صص ۲ _ ۶.

بهمن، مهناز، «رسانه دینی، گفت وشنود خدا و انسان»، مجله رادیو، ویژه نامه (خرداد ۱۳۸۶): ص ۴۱.

بیات، حجت الله، «رادیو معارف، گامی به سوی تبلیغ رسانه ای دین»، مبلغان، شماره ۷۹ (خرداد و تیر ۱۳۸۵): صص ۴۷ _ ۵۳ و شماره ۸۰ (مرداد ۱۳۸۵): صص ۷۵ _ ۸۲.

بیانلو، حسن، «جایگاه رمزپردازی و تمثیل در نمایش دینی»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۴۰ _ ۴۹.

پارسایی، منصور، «رویکردهای نوین در نمایش های دینی»، نمایش، شماره های ۱۱۳ و ۱۱۴ (بهمن و اسفند ۱۳۸۷): صص ۵۰ _ ۵۳.

پایداری، سیداحمد، «سینما و دین: درون مایه آثار درایر: عشق، ایمان و رنج»، فارابی، شماره ۳۰ (پاییز ۱۳۷۷): صص ۱۴۸ _ ۱۵۳.

پورحسین، مهدی، «آموزه های دینی در رسانه ملی»، جمهوری اسلامی، ۲۸ آبان ۱۳۸۶.

پویا، علیرضا، «ارزیابی و آسیب شناسی نقش رسانه ها در گسترش فرهنگ نماز»، گلستان قرآن، شماره ۷۹ (شهریور ۱۳۸۰): صص ۲۷ _ ۳۱.

پویا، علیرضا، «اهداف و کارکردهای خبر از دیدگاه قرآن»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۷۱ _ ۹۰.

پیر نجم الدین، حسین، «بن مایه های دینی در نمایش نامه های آموزشی برتولت برشت»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۶۴ _ ۶۹.

پیربداقی، فاطمه، «ارزش ها و ضد ارزش ها ی اخلاقی از منظر اسلام در روابط زن و مرد، در مجموعه های طنز»، پژوهش و سنجش، سال ۱۲، شماره ۱۴ (بهار ۱۳۸۴): صص ۱۸۷ _ ۲۱۲.

پیش آهنگ، امیرحسین، «رادیو و دین»، رواق هنر و اندیشه، شماره های ۱۷ و ۱۸ (آذر و دی ۱۳۸۶): صص ۱۱۳_۱۲۱.

تابش، نصرت الله، «تلاوت آیات در انباشتگی ماجرا: سینمای دینی»، فیلم نگار، شماره ۷۲ (شهریور ۱۳۸۷): ص ۳.

تقوایی، ناصر، «چرا فیلم دینی به دست نمی آید»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۳۵ و ۳۶.

تونجا، الف، «زن، اسلام و سینما»، ترجمه: آیدین فرنگی، سرمایه، ۱۳ آذر ۱۳۸۶.

ثمینی، نغمه، «جستارهایی در باب فرهنگ و هنر: تأثیر ساختار نمایش دینی بر سینمای ایران»، بیناب، شماره ۲ (مرداد و شهروير ۱۳۸۲): صص ۱۹۲ _ ۲۰۵.

جبلی، پیمان، «اخلاق حرفه ای خبر در اسلام»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام ، شماره ۲۱ (بهار ۱۳۸۳): صص ۱۰۳ _ ۱۳۸.

جعفری، آزاد، «ابتذالی فراتر از فردین: پرسمانی در باب ماهیت سینمای دینی»، پرسمان، شماره ۶۷ (مرداد ۱۳۸۷).

جعفری، علی، «شبکه معارف و مدل آیینی ارتباطات»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۲۴۱ _ ۲۵۲.

جعفری، م، «مطبوعات از نگاه امام رحمه الله »، سلام، شماره ۱۲۵۸ (۱۳ مهر ۱۳۷۴): ص ۸ و شماره ۱۲۶۳ (۱۹ مهر ۱۳۷۴): ص ۸.

جعفری نژاد، ابوالفضل، «بررسی برخی از حیطه های اخلاق حرفه ای و رسانه»، رسانه، سال ۱۷، شماره ۶۶ (تابستان ۱۳۸۵): صص ۷۷ _ ۱۱۲.

جمشیدی، علی، «فرآیند پراگماتیسمی عبور از تفکر آیینی به عمل آیینی: گفت وگو با حمیدرضا اردلان»، نمایش، شماره های ۱۱۳ و ۱۱۴ (بهمن و اسفند ۱۳۸۷): صص ۸ _ ۱۱.

جمشیدی، محمدحسین، «عملیات روانی در صدر اسلام: استراتژی دعوت عملیات روانی پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله در مقابل شرک و کفر»، عملیات روانی، سال ۴، شماره ۱۳ (تباستن ۱۳۸۵): صص ۷ _ ۱۸.

جوادی آملی، عبدالله، «هنر و زیبایی از منظر دین»، نیستان، شماره های ۱۷ و ۱۸ (بهمن و اسفند ۱۳۷۵): صص ۶۵ _ ۷۰.

جوادی، فتح الله، «نهادینه سازی بیانات امام خمینی رحمه الله در رادیو: گفت وگو با محمدجواد یاسینی»، رادیو، سال ۵، شماره ۲۸ (شهریور ۱۳۸۴): صص ۶۲ _ ۶۷.

جهاد مجازی، پیام انقلاب (ارگان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی)، شماره ۹ (فروردین ۱۳۸۶): صص ۲۶ و ۲۷.

چاتو رودی، راوی، «تصوف، پایه تئاتری آیین ها و اخلاق دینی هند»، ترجمه: شهریار وقفی پور، صحنه ، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۷۰ _ ۷۷.

ص:۱۴۵

چنانی افشار، زینت، «قالب های مناسب برنامه های دینی کودکان (۷ تا ۱۲ ساله)»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۲۰۷ _ ۲۲۴.

حاتمی، داوود، «نمایش و دین»، صحنه، شماره ۴۲ (مرداد ۱۳۸۴): صص ۸ _ ۱۱ و شماره ۴۳ (شهریور۱۳۸۴): صص ۴_ ۸.

حاجی مشهدی، عزیزالله، «کمال گرایی در سینما»، هنر دینی، شماره های ۱۵ و ۱۶ (بهار و تباستان ۱۳۸۲): صص ۴۷ _ ۵۶.

حبیب اللهی، محمود، «جایگاه مطبوعات دینی در پایگاه های اسلامی»، ره آورد نور، سال ۴، شماره ۱۰ (بهار ۱۳۸۴): صص ۳۶ _ ۳۹ و شماره ۱۱ (تابستان ۱۳۸۴): صص ۳۶ _ ۴۲.

حری، ابوالفضل، «نمایش دینی و نقش تماشاگر»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۷۸ _ ۸۳.

حریری، مصطفی، «رسانه ها در جامعه دینی؛ جستجوی یک الگوی تازه: گفت وگو با پرفسور حمید مولانا»، سوره، شماره ۹ (خرداد ۱۳۸۳): صص ۴_ ۹.

حسامی، فاضل، «امام خمینی رحمه الله و رسانه های جمعی»، معرفت، شماره ۳۱ (آذر و دی ۱۳۷۸): صص ۶۵ _ ۷۶.

حسن خانی، محمد، «تعامل و تقابل رسانه و مذهب در خاورمیانه با تأکید بر ایران»، تحقیقات فرهنگی، شماره ۳، (پاییز ۱۳۸۷): صص ۲۱۵ _ ۲۳۱.

حسینی، حسین، «یادداشتی بر خصوصیات قصه دینی و ارتباط آن»؛ فیلم نامه دینی»، دیدگاه سینما، شماره های ۲ و ۳ (اسفند ۱۳۷۶ و ۱۳۷۷): صص ۳۲ و ۳۶.

حسینی، طاها، «رسانه و سکولاریسم»، پویا (نشریه دانشجویی دفتر پژوهش های فرهنگی)، شماره های ۸ و ۹ (بهار و تابستان ۱۳۸۷).

حکیم باشی، حسن، «آسیب شناسی مقاله نویسی و پژوهش در مطبوعات دینی»، پژوهش و حوزه، شماره های ۳۳ و ۲۴ (پاییز و زمستان ۱۳۸۴): صص۳۶۶ و ۳۷۶.

ص:۱۴۶

حیدری کبیری، مهدی، «تبلیغات اسلامی»، تبیان، شماره های ۲۴ و ۲۵ (مهر، آبان، آذر و دی ۱۳۷۶): صص ۳۰ _ ۳۵.

حیدری کبیری، مهدی، «متدلوژی تبلیغات اسلامی: اهمیت تبلیغات و رسالت و مبلغ»، کیهان، شماره ۲۰۲۶۷ (۲۵ مرداد ۱۳۷۳): ص ۶.

خان محمدی، کریم، «جامعه اطلاعاتی و دین (با تأکید بر جهان اسلام)»، رسانه، سال ۱۶ شماره ۶۲ (تابستان ۱۳۸۴): صص ۱۸۴ _ ۱۹۸.

خان محمدی، کریم، «جامعه اطلاعاتی و دین»، ره آورد نور، سال ۴، شماره ۱۳ (زمستان ۱۳۸۴): صص ۱۴ _ ۲۱.

خان محمدی، کریم، «جامعه پذیری دینی در جامعه اطلاعاتی»، شیعه شناسی، شماره ۱۶ (زمستان ۱۳۸۵): صص ۷ _ ۳۴.

خانیکی، هادی، «دین و نهاد ارتباطات: پیوندها و پرسش ها»، آرمان روابط عمومی، شماره ۴ (بهمن ۱۳۸۶).

خانیکی، هادی، «دین و نهاد ارتباطات»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۱۱۹ _ ۱۲۸.

خجسته، حسن، «مناسک رسانه ای: الگوی تبلیغاتی دین در شبکه های رادیو و تلویزیون»، پیام پژوهش، سال ۳، شماره ۳۵ (مرداد ۱۳۸۳): صص ۳۴ _ ۳۶.

خجسته، حسن، «مناسک رسانه ای، الگوی تبلیغاتی دین در شبکه های عمومی رادیو و تلویزیون»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۳۵ _ ۵۸.

خرمشاهی، امیرحسین، «مناسبت های مذهبی و مناسک رسانه ای»، جام جم، (۱ دی ۱۳۸۶).

خزایی، حمیدرضا، «تولید برنامه های معارفی رادیو در دهه اول انقلاب»، مجله رادیو، ویژه نامه (خرداد ۱۳۸۶): صص ۲۱ _ ۲۳.

خضـر، اسـعد، «بحران تئاتر در کشورهای اسـلامی در بررسـی مشـکلات تئاتر در جهان اسـلام»، ترجمه: موسـی بیدج، ادبستان فرهنگ و هنر، شماره ۳۶ (آذر ۱۳۷۱): صص ۱۴۲ و ۱۴۳.

خوش نشـین لنگرودی، زهره، «تهـاجم فرهنگی از طریق رسانه در کلام امام رحمه الله »، پژوهش و سـنجش، شـماره های ۱۷ و ۱۸ (بهار و تابستان ۱۳۷۸): صص ۱۰۰ _ ۱۱۱.

دالوند، احمدرضا، «طراحی مجدد رسانه»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۳۲۳ _ ۳۳۶.

داناهر، ویلیام، »تولید فرهنگی، رسانه و معنا»، ترجمه: علی اصـغر صباغی، رادیو، سال ۶، شماره ۳۷ (مرداد ۱۳۸۶): صص ۳۷ _ ۵۰.

دانش، مهرزاد، «سـینمای دینی از ابهـام تـا روشـنگری: نوشـتاری درباره سـینمای دینی»، سـروش، سال ۲۵، شـماره ۱۱۵۱ (آذر ۱۳۸۲): صص ۴۸ و ۴۹ و شماره ۱۱۵۲ (۸ آذر ۱۳۸۲): صص ۴۴ و ۴۵.

درویشـی، احمدرضا، «مرتبت هنرمندی در سـینمای دینی»، نیسـتان، شماره های ۱۷ و ۱۸ (بهمن و اسـفند ۱۳۷۵): صص ۸۰ _ ۸۳.

دوانلو، علیرضا، «ارتباطات نوین، رویکرد ضروری کشورهای اسلامی»، جمهوری اسلامی، شماره ۶۵۵۶ (۱۰ بهمن ۱۳۸۰): ص ۸.

دهقان، علیرضا، «مطبوعات، تلویزیون و دین داری در ایران»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۱۲۹ _ ۱۵۲.

دهقانی فیروزآبادی، علیرضا، «درآمدی بر مسائل فقه ارتباطات»، نامه ارتباطات و دین، شـماره های ۷ و ۸ (اردیبهشت و خرداد ۱۳۸۶): صص ۳ _ ۵.

دین پرست، منوچهر، «افول معنا در رسانه: گفت و گو با علیرضا شـجاعی زند، استاد دانشگاه تربیت مدرس»، اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۷ (مهر ۱۳۸۷): صص ۴ و ۵.

ذوقی، حسـین، «ریشه ها و باورها: ورود تئاتر به جامعه به واسـطه باورهای مذهبی»، مشق آفتاب، شـماره ۷ (۱۵ تیر ۱۳۸۷): ص ۳۴.

راعی، مجتبی، «سینمای دینی در عمل»، نیستان، شماره های ۱۷ و ۱۸ (بهمن و اسفند ۱۳۷۵): صص ۸۳ _ ۸۵.

راود راد، اعظم، «نقش برنامه های دینی و غیردینی تلویزیون در افزایش یا کاهش دین داری»، تحقیقات فرهنگی، شماره ۲ (تابستان ۱۳۸۸): صص ۴۹ _ ۷۷.

ربانی، طیبه، «تبلیغ در آن سوی آبها (تبلیغ اسلام)»، نامه جامعه، شماره ۴۸ (شهریور ۱۳۸۷).

رجبی، عباس، «بررسی و ارزیابی سایت نشریات اسلامی پایگاه حوزه»، کتاب ماه کلیات، سال ۸، شماره ۸۷ (بهمن و اسفند ۱۳۸۳): صص ۱۷۰ _ ۱۸۱.

رزاقی، احمد، «ویژگی های مبلّغ از دیدگاه امام خمینی رحمه الله »، اطلاعات، شماره ۱۹۶۸۶ (۱۹ مرداد ۱۳۷۱): ص ۶ و شماره ۱۹۶۸۷ (۲۰ مرداد ۱۳۷۱): ص ۶.

رضایی بایندر، محمدرضا، «تجربه تلویزیون مذهبی در بریتانیا»، هفته نامه سروش، شماره ۱۰۱۳ (۱۲ آذر ۱۳۷۹): صص ۴۵ _ ۴۶ و شماره ۱۰۱۴ (۱۳ آذر ۱۳۷۹): صص ۴۲ و ۴۳.

رضایی بایندر، محمدرضا، «کلیسای تلویزیونی: نگاهی به نقش دین در رسانه های غربی»، حزب الله، ۲۸ بهمن ۱۳۸۵.

رضایی بایندر، محمدرضا، «درآمدی بر نقش تلویزیون در تربیت دینی کودکان و نوجوانان»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۲۲۹ _ ۲۴۰.

رضایی پایندر، محمدرضا، «شبکه های ماهواره ای اسلامی؛ ضرورت، اهداف و کارکردها»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص۱۸۱ _ ۱۹۲.

رضوی، عباس، «بانوان قرآن شناس و مفسر: نقش آفرینی بانوان در عرصه های تبلیغ دین»، پیام زن، شماره ۲۰۶ (اردیبهشت ۱۳۸۸): صص ۳۰ _ ۳۴.

رضوی، عباس، «جلوه هایی از فعالیت های تبلیغی زنان متعهد پس از درگذشت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله »، پیام زن، شماره ۱۹۶ (تیر ۱۳۸۷): صص ۵۰ _ ۵۷.

رو، ویکتوریا، «تئاتر، پلی میان مسیحیت و اسلام: رویکردی به قرآن»، ترجمه: مهسا عطا خرمی، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۹۲ _ ۹۷.

روح اللهی خراسانی، علی، «وبلاگ یا منبر جهانی: ارزیابی حضور طلاب در عرصه وبلاگ نویسی»، ره آورد نور، سال ۴، شماره ۱۲ (پاییز ۱۳۸۴): صص ۶۰ _ ۶۳.

روحانی، امید، «زبان اشارات سینما و طرح پرسش های دینی: گفت وگو با داریوش مهرجویی»، دنیای تصویر، شماره ۲۷ (آبان ۱۳۷۴): صص ۴۶ _ ۴۸.

روحانی، امید، «سینمای دینی، تصویر سلوک معنوی به سوی حق: میزگردی درباره سینمای دینی و رابطه آن با اخلاق»، دنیای تصویر، شماره ۲۷ (آبان ۱۳۷۴): صص ۴۳ _ ۴۵ و شماره ۲۸ (آذر ۱۳۷۴): صص ۵۰ _ ۵۵.

روحانی، امید، «سینمای دینی؛ جمال صورت و معنی: گفت وگو با احمدرضا معتمدی»، دنیای تصویر، شماره ۲۸ (آذر ۱۳۷۴): صص ۴۷ _ ۴۹.

روزبهان، رها، «درام مذهبی پژوهش یا سفارش!: آسیب شناسی درام مذهبی (عاشورایی)»، نقش آفرینان، شماره ۵ (دی ۱۳۸۷)، صص ۹۰ _ ۹۳.

رهبر، محمدتقی، «پیشینه تبلیغ در اسلام»، کیهان اندیشه، شماره ۳۷ (مرداد و شهریور ۱۳۷۰): صص ۱۱۲ _ ۱۲۹.

رهبر، محمدتقی، «سیر تاریخی تبلیغ در اسلام»، اطلاعات، شماره ۲۰۲۰۷ (۱۰ خرداد ۱۳۷۳): ص ۶.

زادهوش، محمدرضا، «نخستین مطبوعات اسلامی به زبان پارسی»، کتاب ماه کلیات، سال ۸، شماره ۸۷ (بهمن و اسفند ۱۳۸۳): صص ۳۱ _ ۵۶.

زاهدی، محمد، «برخی ویژگی های رفتاری در ارتباطات سازمانی از دیدگاه اسلام»، تحول اداری، شماره ۱۵ (مهر ۱۳۷۶): صص ۴۳ _ ۵۱.

زیدی، علی مرتضی، «فعالیت تبلیغاتی دشمنان اسلام در جهان»، معرفت، شماره ۱۳ (تابستان ۱۳۸۴): صص ۷۵ _ ۸۱.

سالک، رضا و مهرداد فرید، «نسبت سینما و دین: سینمای دینی»، نقد سینما، شماره ۱۳ (بهار ۱۳۷۷): صص ۱۲۲ _ ۱۲۶.

سجاده چی، مهدی، «توانایی سینمای ایران در بیان مفاهیم دینی»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۵۴ و ۵۵.

سعادتی، علی اصغر، «صورت معنا در سینما: نگاهی به سینما، دین و تاریخ»، قرار، شماره ۷ (شهریور ۱۳۸۷): صص ۴۰ _ ۵۱.

سلطانی، مجتبی، «استراتژی تبلیغات اسلامی در جهان»، تبلیغ، شماره ۲ (تیر و مرداد ۱۳۷۴): ص ۱۰، شماره ۴ (مهر ۱۳۷۴): ص ۸ و شماره ۵ (آذر ۱۳۷۴): ص ۹.

سهرابی، فرهاد، «احساس عرفانی در سینمای ایران»، فرهنگ و سینما، شماره ۳۷ (تیر ۱۳۷۳): صص ۵۲ _ ۵۵.

سیاحیان، فهیمه، «رهیافتی به تشابه دین و درام»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صفحه های ۹۸ _ ۱۰۷.

سیادتی، الهام السادات، «اسلام در رسانه های غرب»، جام جم، سال ۸، شماره ۱۹۹۰ (۱۵ اردیبهشت ۱۳۸۶): ص ۹.

سیادتی، الهام السادات، «ترساندن از یک دین: اسلام در رسانه های غربی»، حزب الله، (۴ مهر ۱۳۸۶).

سیتنی، پی آدانر، «سینما و دین»، ترجمه: حسین سینایی، فارابی، شماره ۴ (پاییز ۱۳۶۸): صص ۱۴۰ _ ۱۶۳.

سیرتی، منصور، «وقتی سینما، رسانه اسلام شد: درباره زندگی و زمانه مصطفی عقاد»، سپیده دانایی، شماره ۲۲ (اسفند ۱۳۸۷ و فروردین ۱۳۸۸): صص ۱۳۸ _ ۱۳۹.

شالچیان، علی و ملوک عباسی، «بررسی برخی از احکام و مسائل فقهی و نمایش با نگاهی به جایگاه رسانه دینی»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۱۹۳ _ ۲۰۶.

شاه آبادی، حمیدرضا، «رهیافتی به تعریف سینمای دینی و جنگ: به انگیزه برگزاری نخستین همایش جستاری در سینمای دینی»، ایران، شماره ۵۶۴ (۱۶

دی ۱۳۷۵): ص ۱۲، شماره ۵۶۷ (۱۹ دی ۱۳۷۵): ص ۱۲، شماره ۵۷۰ (۲۳ دی ۱۳۷۵): ص ۱۲، شماره ۵۷۳ (۲۶ دی ۱۳۷۵): ص ۱۲ و شماره ۵۷۹ (۳ بهمن ۱۳۷۵): ص ۱۲.

شاه محمدی، عبدالرضا، «عصر ارتباطات و اطلاعات و جهانی شدن دین»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۳۱ _ ۱۵۰.

شجاعی زند، علیرضا، «تلویزیون و نگرانی های دینی» ، رواق هنر و اندیشه، شماره ۱۴ (شهریور ۱۳۸۶): صص ۲۴ _ ۲۹.

شرف الدین، حسین، «دین و رسانه»، معرفت، شماره ۱۳۱ (آبان ۱۳۸۷).

شریعت مداری، حمیدرضا، «مطبوعات دینی»، هفت آسمان، شماره ۸ (زمستان ۱۳۷۹): صص ۵ _ ۸.

شفیعی مازندرانی، سید محمد، «اقتضای جهانی بودن اسلام، بهره گیری از رسانه های مدرن است»، ره آورد نور، دوره اول، شماره ۱۴ (آذر ۱۳۷۹): صص۲۴ و ۲۵.

صائمی، رضا، «ناتوانی در تصویر واقعه: سینما و عاشورا»، اعتماد، ۳۰ دی ۱۳۸۶.

صادقی، هادی، «جهان مجازی تلویزیون»، اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۷، (مهر ۱۳۸۷): صص ۱۷ _ ۲۳. (مرکز هم چاپ شده)

صدیقی، محمد، «رسانه های اسلامی: امروز، فردا»، ترجمه: مهدی منتظر قائم، رسانه، شماره ۱۲ (زمستان ۱۳۷۱): صص ۱۷ _ ۲۳.

صمدی، مریم و لعیا باستانی، «اهداف برنامه های صدا و سیما از دیدگاه امام رحمه الله »، پژوهش و سنجش، شماره های ۱۷ و ۱۸ (بهار و تابستان ۱۳۷۸): صص ۱۲۶ _ ۱۳۹.

ضرغامی، عزت الله، «جستاری در سینمای دینی: هنر دینی پنجره ای رو به ابدیت»، نیستان، شماره های ۱۷ و ۱۸ (بهمن و اسفند ۱۳۷۵): صص ۶۲ _ ۶۴.

طاهری، محمدرضا، «دین با طعم بالیوود: درآمدی بر نقد جریان هالیوودی در فیلم و سریال سازی ایرانی»، سوره، شمار ۵ (آذر ۱۳۸۲): صص ۲۰ و ۲۱.

طاهری، معصومه، «نقش آفرینی در کسوت روحانیت: نگاهی به حضور روحانیت در رسانه ملی»، سوره، شماره ۳۹ (مهر و آبان ۱۳۸۷): صص ۳۸ _ ۴۱.

طاهری مجد، امیرحسن، «رسانه های مذهبی و قرآنی در عصر مدرنیته»، اسرار، سال ۱، شماره ۱۷ (۲۰ آبان ۱۳۸۳): ص ۵.

طهماسبی، فریال، «منبر رسانه ای که نمی میرد: در گفت وگو با دکتر مهدی محسنیان راد»، ایران، سال ۹، شماره ۲۶۳۰ (۱۴ آبان ۱۳۸۲): ص ۱۸.

عباسی قادی، مجتبی، «بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۱۷۳ _ ۱۹۸.

عباسی، شهاب الدین، «دین و فن آوری و تلویزیون از دید نیل پستمن»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۷۹ _ ۹۶.

عبدالحلیم، محی الدین، «نظام رسمی تبلیغ دینی در مصر»، مسجد، شماره ۱۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۳): صص ۷۱ _ ۷۹.

عبدالله، اسلم، «رسانه اسلامی: چالش ها و مسئولیت ها»، ترجمه: حسن محدثی، رسانه ، شماره ۴۳ (پاییز ۱۳۷۹): صص ۱۱۰ _ ۱۱۳.

عراقی، مهدی، «نگاه اسلام به مطبوعات: بازنگری آراء و نظرات علما و روحانیون نسبت به مطبوعات»، ابرار، شماره ۴۰۸۶ (۱۱ دی ۱۳۸۱): صص ۶ و ۷.

عزاب، ناصرالدین، «راهبردهای اطلاع رسانی اسلامی»، ره آورد نور، شماره ۹ (زمستان ۱۳۸۳): صص ۶ _ ۱۱.

عسگری، مهدی، «روایت قیام موعود در سینما»، فیلم و سینما، شماره ۲۲۸ (نیمه دوم خرداد ۱۳۸۸): صص ۲۳ و ۲۴.

عطاردی تهرانی، نورالله، «سینمای دینی، دریچه ای به آسمان»، پویا، (نشریه دانشجویی دفتر پژوهش های فرهنگی)، شماره های ۸ و ۹ (بهار و تابستان ۱۳۸۷).

عظیمی، شاپور، «سینمای دینی، دین سینمایی»، پنجره (دو هفته نامه)، شماره ۱۸ (۱۶ آبان ۱۳۸۸): ص ۴۱.

عظیمی، محمدجواد، «دین و نمایش در ادوار تاریخ»، نمایش دینی و تئاتر معاصر، شماره های ۵۸ و ۵۹ (اسفند ۱۳۸۵ و فرودین ۱۳۸۶): صص ۸ _ ۱۳.

علوی، سید کاظم، «عدم حضور نفخه الهی در سینمای پس از انقلاب»، رسالت، شماره ۱۸۳۲ (۲۹ اردیبهشت ۱۳۷۱): ص ۱۱.

علوی تبار، علیرضا، «مطبوعات: بنیادگرایی و نواندیشی دینی»، صبح امروز، شماره ۲۱۸ (۲۹ شهریور ۱۳۷۸): صص ۳ و ۱۰.

عمید، حسین، «علیه تصویر: کلام و تصویر، تزاحم ایمان و انکار»، پویا (نشریه دانشجویی دفتر پژوهش های فرهنگی)، شماره های ۸ و ۹ (بهار و تابستان ۱۳۸۷).

غفاری، جلال، «رسانه ملی در افق هنجارگرایانه دینی»، اندیشه صادق، شماره ۲۴ (پاییز ۱۳۸۵): صص ۳ _ ۲۶.

غندالی، رؤیا و شبنم میرزین العابدین، «نسبت دین و رسانه با تکیه بر قالب مستند»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۲۳۷ _ ۲۵۶.

فتحی، اصغر، «منبر یک رسانه عمومی در اسلام»، ترجمه: قاسم هاشمی نژاد، مسجد، شماره ۱۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۳): صص ۵۴ _ ۶۵.

فدایی حسین، حسین، «مسیحیت و نمایش دینی در قرون وسطی»، صحنه، شماره های ۵۶، ۵۷، ۵۸ (تیر، مرداد و شهریور ۱۳۸۷) صص ۲۲ _ ۲۸.

فرخی، حسین، «سینمای مذهبی یا فرازمینی»، ابرار، شماره ۳۱۷۵ (۲۹ مهر ۱۳۷۸): ص ۸.

فردی، زهرا، «سینمای دینی یا سینمای مطلوب؟: مروری بر چهارمین هم اندیشی دین از چشم سینما»، رسالت، شماره ۴۱۸۰ (۷ تیر ۱۳۷۹): ص ۵.

فروتن، پیام، «رسانه دینی یا دین رسانه ای»، شرق، شماره ۴۶ (۲۹ مهر ۱۳۸۲): ص ۹.

فرید، مهرداد و رضا سالک، «سینمای دینی: تعریف سینمای دینی»، نقد سینما، شماره ۱۷ (تابستان ۱۳۷۸): صص ۵ _ ۸.

فرید، مهرداد و رضا سالک، «ویژگی های سینمای دینی»، نقد سینما، شماره ۱۸ (پاییز ۱۳۷۸): صص ۱۸ _ ۲۲.

فرید، مهرداد، «امام رحمه الله و سینما»، نقد سینما، شماره ۱۸ (پاییز ۱۳۷۸): صص۲ _ ۵.

فرید، مهرداد، «سینمای دینی همان سینمای اسلامی است: گفت وگو با محمد رجبی مدیر همایش جستاری در سینمای دینی»، سلام، شماره ۱۶۲۵ (۲۳ دی ۱۳۷۵): ص ۷.

فضل الله، محمدحسین، «جستاری در ویژگی عمومی اطلاع رسانی اسلامی»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۵۷ _ ۷۸.

فقیهی، محمدمهدی، «مطبوعات دینی، پاره ای تذکارهای نظری»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۴۳ _ ۵۶.

فهیمی فر، علی اصغر، «دیالکتیک شکل و محتوای مذهبی در تلویزیون»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۳۱ _ ۴۲.

فیاض، ابراهیم، « تشیع رسانه ای و رسانه شیعی»، نامه ارتباطات و دین، سال ۲، شماره های ۹ و ۱۰ (تیر و مرداد ۱۳۸۶): ص ۴.

قادری، حمیدرضا، «کهکشان اقتباسی: بررسی اقتباس از تاریخ مقدس و قصه های قرآنی در حوزه های نمایش، نقاشی، سینما، داستان»، پنجره، شماره ۵ (۶ تیر ۱۳۸۸).

قانع، علی، «بررسی دیدگاه های فقهی در مورد پیام های گمراه کننده»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۹۷ _ ۱۱۴.

قدس، محمدتقی، «نیم نگاهی به نقش رسانه ها در اجرای فریضه امر به معروف و نهی از منکر»، جمهوری اسلامی، ۲۳ دی ۱۳۸۶.

کاجی، حسین، «تخیل مفهومی نسبت دین و رسانه»، روزنامه نگار، شماره ۶۴ (اسفند ۱۳۸۶): ص ۳۳.

کاجی، حسین، «معنا، گوهر پیوند دین و رسانه، تحلیل مفهومی نسبت دین و رسانه»، روزنامه همشهری، سال ۱۶، شماره ۴۴۷۶ (۸ بهمن ۱۳۸۶): ص ۹.

کافی، هادی، «چرا می گوییم شبکه دینی و غیردینی؟: کارکردهای دینی رسانه، در گفت وگو با حجت الاسلام نقویان»، هفته نامه سروش، سال ۲۶، شماره ۱۲۰۸ (۱۷ بهمن ۱۳۸۳): صص ۲۴ و ۲۵.

کریمی، محمد هادی، «برخورد حساب شده سینمای غرب با اسلام»، سینما ویدئو، شماره ۱ (۲۱ آذر ۱۳۷۳): صص ۱۰ و ۱۱.

کریمی، محمدهادی، «سینمای غرب و تحریف واقعیت های اسلام»، کیهان، شماره ۱۵۵۱۲ (۱۱ آذر ۱۳۷۴): ص ۱۲.

کشاورز، عباس، «رسانه های دینی، کارکردها و تأثیرات: گفت وگو با سردبیر نشریه گلستان قرآن»، جوان، شماره ۱۰۵۵ (۱۹ آبان ۱۳۸۱): ص ۸.

کلاـکی، حسن، «رابطه میزان استفاده از برنامه های دینی رسانه ها با میزان تعلق دینی جوانان»، پژوهش های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، شماره ۴۸ (زمستان ۱۳۸۵).

کلانتری، عبدالحسین، «نسبت دین و رسانه چیست؟»، مجله رادیو، ویژه نامه (خرداد ۱۳۸۶): صص ۲ ـ ۴.

کهندل، زهره، «به فیلم سازان آدرس درست بدهیم: بررسی چالش های پیش روی سینمای دینی در گفت وگو با عبدالله اسفندیاری مدیر بخش سینمای معناگرای فارابی»، قدس، ۳۰ دی ۱۳۸۶.

کیویان، عبدالله، «دین، فرهنگ و رسانه»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۷۵ ـ ۹۴.

گرافی، جولین، «سینما و دین: مصایبی به روایت آندره قدیس»، ترجمه: عسگر بهرامی، فارابی، شماره ۲۹ (تابستان ۱۳۷۷): صص ۱۷۲ ـ ۱۷۹.

گرانفر، بابک، «سینمای متولد نشده: سینمای معناگرا در گفت وگو با سید ناصر هاشم زاده و مسعود فراستی»، همشهری، ۲۴ اردیبهشت ۱۳۸۶، صفحه ۱۹.

گل محمدی، شراره، «سیر سیاحت قدسی: تئاتر دینی و باورهای تماشاگر»،

سینما رسانه، شماره ۴۱۷ (مهر ۱۳۸۸)، صص ۷۰ و ۷۱.

گیویان، عبدالله، «دین، فرهنگ و رسانه»، رسانه، شماره ۶۹، صص ۷۵ _ ۹۴.

لاریجانی، محمدجواد، «سینمای دینی؛ تربیت انسان عاقل و متدین»، نیستان، شماره های ۱۷ و ۱۸ (بهمن و اسفند ۱۳۷۵): صص ۷۵ _ ۷۷.

لشگری پور، پژمان، «سینمای دینی: ابزار یا استراتژی؟»، سینما ویدئو، شماره ۲۹۳ (۲۷ خرداد ۱۳۸۰): ص ۵.

لقمانی، احمد، «امام و مطبوعات هدایتگر»، جمهوری اسلامی، شماره ۵۸۳۱ (۹ مرداد ۱۳۷۸): ص ۱۵.

لقمانی، احمد، «امام، مطبوعات، آزادی»، جمهوری اسلامی، شماره ۵۸۲۵ (۲ مرداد ۱۳۷۸): ص ۱۵ و شماره ۵۸۳۷ (۱۶ مرداد ۱۳۷۸): ص ۱۵.

لیدن، جان، «پژوهش های دینی و سینمای مردم پسند»، ترجمه: سودابه نبئی، نقد سینما، شماره ۱۹ (زمستان ۱۳۷۸): ۱۱۳ _ ۱۱۸.

مؤدب، علی محمد، «به روز شدن به جای آگاهی: درآمدی بر بایسته های رسانه اسلامی»، راه، شماره ۱ (اسفند ۱۳۸۶)، صفحه های ۱۲۲ _ ۱۲۵.

مالونه، پیتر، «سینما و دین: ادوارد دست قیچی: مسیحاشناسی افسانه ای روستایی»، فارابی، شماره ۳۶ (بهار ۱۳۷۹): صص ۱۷۸ _ ۱۸۷.

مانی فر، محمدرضا، «مسجد و رسانه ملی: تأملی بر چگونگی ارتباط میان نهادهای سنتی و نوین ارتباطی»، همشهری، سال ۱۱، شماره ۳۱۵۰ (۶ شهریور ۱۳۸۲): ص ۱۱ و شماره ۳۱۵۲ (۸ شهریور ۱۳۸۲): ص ۱۵.

مجتبی زاده، عبدالکاظم، «تعامل دین، فرهنگ، ارتباطات و دولت در ایران معاصر»، دانشگاه اسلامی، شماره ۱۵ (زمستان ۱۳۸۱) صص ۲۵۷ _ ۲۶۴.

محدثی، حسن، «دین و رسانه ها در جهان مدرن: بحثی در رسانه ای شدن جامعه و فرهنگ»، ایران، شماره ۲۰۱۱ (۱۰ دی ۱۳۸۰): ص ۶، شماره ۲۰۱۲ (۱۱ دی ۱۳۸۰): ص ۶ و شماره ۲۰۱۳ (۱۲ دی ۱۳۸۰): ص ۶.

محرمیان معلم، حمید، «سینمای دینی یا صنعت دینی؟»، نوروز، شماره ۱۸۱ (۲۲ آبان ۱۳۸۰): ص ۷.

محسنی، حمید، «آسیب شناسی بهره گیری از فن آوری اطلاعات برای اهداف دینی»، ره آورد نور، سال ۵، شماره ۳۳ (تابستان ۱۳۸۶): صص ۸ _ ۱۰.

محسنی، حمیدرضا، «سینمای دینی»، نقد سینما، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۵۶ _ ۵۹.

محسنیان راد، مهدی، «ارائه مدلی برای روزنامه نگاری در جوامع اسلامی»، رسانه، شماره ۲۸ (زمستان ۱۳۷۵): صص ۷۰ _ ۷۷.

محمد کاشی، صابره، «سینما سلاح ایدئولوژیک»، نقد سینما، شماره ۵ (تابستان ۱۳۷۴): صص ۱۶۴_۱۶۶.

محمدی، پریسا، «تئاتر دینی و ارزش ها: گفت و گو با سیدجواد هاشمی، بازیگر و کارگردان»، صحنه، شماره های ۶۲ و ۶۳ (آذر و دی ۱۳۸۷)، صص۶۳ و ۶۴.

محمدی، علی، «اخبار و ایدئولوژی» رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۲۲۱ _ ۲۳۴.

محمدی، علی، «اخبار و ایدئولوژی»، رسانه، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶).

محمدی، مجید، «دیدگاه های دینی در سینما: مروری بر سینمای دینی»، عصر آزادگان، شماره ۸۳ (۲۸ دی ۱۳۷۸): ص ۸.

محمدی، مجید، «دین و ارتباطات در دنیای امروز»، اطلاعات، شماره ۳۲۸۵۸ (۸ شهریور ۱۳۸۲): ص ۶.

محمدی، مجید، «مروری بر سینمای دینی: دغدغه های دینی در فیلم»، عصر آزادگان، شماره ۸۲ (۲۷ دی ۱۳۷۸): ص ۸.

محمدی، محمد، «شبکه های دینی در ایران»، بازتاب اندیشه، شماره ۳۳ (آذر ۱۳۸۱): صص ۵۱ _ ۵۷.

محمدی زاده، رضا، «از ویژه مذهب تا مذهب ویژه: درآمدی رویکرد رسانه ملی به دین»، راه، شماره ۱ (اسفند ۱۳۸۶)، صفحه های ۴۳ _ ۴۵.

محمدی نژاد، سارا، «چالش های مذهبی رسانه های دینی غرب: مطالعه موردی تلویزیون»، رسالت، سال ۲۲، شماره ۶۲۲۴ (۲۹ مرداد ۱۳۸۶): ص ۱۸.

مختاری اصفهانی، رضا، «چالش مذهبیون و رادیو در سال های پس از شهریور ۱۳۲۰»، رادیو، سال ۵، شماره ۳۰ (دی ۱۳۸۴) : صص ۴۲ _ ۴۵.

مختاری اصفهانی، رضا، «مذهب و مذهبیون در رادیو، در دوره پهلوی دوم»، مجله رادیو، شماره ۱۵ (اسفند ۱۳۸۱): صص ۶۸ _ ۷۰.

مددپور، محمد، «مابعدالطبیعه و مافی الطبیعه در سینما: چهره نفسانی واقعیت در جهان سینمایی»، سوره، دوره چهارم، شماره ۱۰ (دی ۱۳۷۱): صص ۴۹ _ ۵۳.

مددپور، محمد، «مابعدالطبیعه و مافی الطبیعه در سینما»، سوره، دوره چهارم، شماره ۹ (آذر ۱۳۷۱): صص ۵۶ _ ۶۱.

مدرسی، بهروز، «سینمای دینی از نگاه اندیشمندان: گزارشی از نخستین همایش جستاری در سینمای دینی»، سروش، شماره ۸۲۱ (۲۹ دی ۱۳۷۵): صص ۸ _ ۱۲.

مدنی، فاطمه، «جایگاه آیین در تئاتر پسا استعماری: تحول آیین در امریکای لاتین»، نمایش، شماره های ۱۱۷ و ۱۱۸ (خرداد و تیر ۱۳۸۸).

مریجی، شمس الله، «رسانه های جمعی و نقش آنها در تحکیم و یا تضعیف ارزش ها»، معرفت، شماره ۹۱ (تیر ۱۳۸۴): صص ۱۹ _ ۳۴.

مزجحی، مریم، «دیدگاه های مخاطبان، کارشناسان و برنامه سازان در مورد برنامه های دینی تلویزیون»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۹۹ _ ۲۲۸.

مستغانی، سعید، «گرایش های دینی در سینمای امروز دنیا»، موعود، شماره ۹۶ (بهمن ۱۳۸۷).

مسجد جامعی، احمد، «تهاجم فرهنگی و رسانه های دینی»، کار و کارگر، شماره ۲۱۲۹ (۲۲ اسفند ۱۳۷۶): ص ۶.

مسعودی، امید، «اخلاق مطبوعاتی و نسبت آن با روزنامه نگار مسلمان»، کیهان، شماره ۱۵۸۲۵ (۹ دی ۱۳۷۵): ص ۶.

مسعودی، امید، «انقلاب اسلامی، احیاگر نظریه های نوین ارتباطات و توسعه»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۵۹ _ ۷۰.

مسعودی، شیوا، «جستجوی ریشه های دینی پیدایش عروسک»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷)، صص ۱۳۶_۱۴۹.

مشکات، حمید، «سکولاریسم، مطالعات رسانه ای و دین»، رواق هنر و اندیشه، شماره ۱۹ (بهمن ۱۳۸۶): صص ۷ _ ۱۲.

مشکات، حمید، «فیلم تاریخ مقدس»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۱۲۹ _ ۱۴۲.

مصلحی، مجید، «تکیه بر فطرت بشری: جشنواره فیلم رویش جشنواره سراسری فیلم کوتاه دینی»، نقد سینما، شماره ۲۸ (آبان ۱۳۸۷)، ص ۵.

معتمدی، بشیر، «اسلام و اینترنت»، فرهنگ دانش، سال ۱، شماره ۱ (زمستان ۱۳۸۵): صص ۹ _ ۳۳.

معینیان، محمدحسن، «ارتباطات و شیوه های ارتباطی از دیدگاه قرآن کریم»، مجله رادیو، شماره ۱۶ (اردیبهشت ۱۳۸۲): صص ۶۷ _ ۷۴.

ملامحمد، محمدرضا، «دیدگاه امام خمینی رحمه الله در مورد تبلیغات»، فرهنگی و اندیشه، شماره ۴۰ (۲۶ بهمن ۱۳۷۲): ص ۶.

ملیکان، علیرضا، «مطبوعات و راه امام»، کیهان، شماره ۱۶۵۷۸ (۱۹ مرداد ۱۳۷۸): ص ۲.

ص: ۱۶۰

منصوری، جواد، «گسترش ارتباطات و فقر معنویات»، همشهری، سال ۱۳، شماره ۳۷۵۵ (۲ مرداد ۱۳۸۴): ص ۹.

منوچهری، نجمه، «زن مسلمان و تصویر او در سیاست و امپریالیسم خبری»، بانوان شیعه، شماره ۵ (پاییز ۱۳۸۴): صص ۱۵۳ _ ۱۶۸.

مولانا، حمید، «ارتباطات اسلامی، مبانی و روش ها»، رسالت، سال ۱۹، شماره ۵۳۶۷ (۲۷ مرداد ۱۳۸۳): ص ۱۴.

مولانا، حمید، «ارتباطات و جهان اسلام»، اشاره، شماره ۱ (تابستان ۱۳۷۴): صص ۱۲ و ۱۳.

مولانا، حمید، «ارتباطات، اخلاق و سنت اسلامی»، ترجمه: محمد گذرآبادی، پژوهش و سنجش، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۵): صص ۳۸ _ ۴۵.

مولانا، حمید، «تبلیغ و تفکر در جوامع اسلامی: اهداف و مقاصد تبلیغ از دیدگاه اسلامی»، پیام انقلاب، سال ۱۴، شماره ۳۱۵ (۱۵ دی ۱۳۷۲): صص ۲۶ و ۲۷.

مولانا، حمید، «تبلیغ و مفهوم جامعه: اهداف و مقاصد تبلیغ از دیدگاه اسلامی»، پیام انقلاب، شماره ۳۱۸ (۱ فروردین ۱۳۷۳): صص ۴۲ و ۴۳.

مولانا، حمید، «جهان اسلام و رسانه های جهانی»، کیهان فرهنگی، شماره ۱۸۹ (تیر ۱۳۸۱): صص ۳۶ _ ۴۱.

مولانا، حمید، «چگونگی توسعه رسانه های ارتباطی در جهان اسلام»، ترجمه: سید حسن اسلامی، سروش، شماره های ۷۹۷ (۱۳ مرداد ۱۳۷۵): صص ۱۴ _ ۱۷.

مولانا، حمید، «چگونه تلویزیون در ایران اسلامی شد؟»، ترجمه محمدرضا رضایی بایندر، سروش، شماره ۱۰۲۶ (۲۷ اسفند ۱۳۷۹): صص ۱۸۶ _ ۱۸۸.

مولانا، حمید، «رسانه ها، اسلام و فرهنگ»، کیهان، شماره ۱۶۵۶۲ (۳۱ تیر ۱۳۷۸): صص ۱۵ و ۱۶.

مولانا، حمید، «رسانه های ارتباطی در جهان اسلام»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵، (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۷۵ _ ۱۸۲.

مولانا، حمید، «مساجد و مطبوعات»، کیهان، شماره ۱۷۱۲۰ (۷ تیر ۱۳۸۰): صص ۱۵ و ۱۶.

مولانـا، حمیـد، «نظم نوین جهـانی و محیـط زیست فرهنگی»، ترجمه: اسـماعیل اسـفندیاری، رسـانه، سال ۱۸، شـماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۱۹۹ _ ۲۲۰.

مولانا، حمید، «ویژگی های مطبوعات اسلامی»، کیهان، شماره ۱۵۸۲۹ (۲۳ دی ۱۳۷۵): صص ۱۴ _ ۱۶.

موهبتی، علیرضا، «زیبایی شنایی سینما و دین»، نقد سینما، شماره ۱۱ (تابستان ۱۳۷۶): صص ۴۸ _ ۵۱.

مهدی پور، محمود، «اولویت های تبلیغی»، مبلغان، شماره۴۴ (شهریور۱۳۸۲): صص ۸ _ ۱۴.

مهـدیزاده، محمـد، «تصویرسـازی منفی رسـانه هـای غرب از جهـان اسـلام و ملـل شـرق؛ خود و دیگری در متون و رسانه های غرب»، رسانه، شماره ۴۷ (پاییز ۱۳۸۰): صص ۱۰ _ ۲۱.

میراحسان، احمد، «سینمای دینی و نگره های حکومتی»، پگاه، شماره ۴۳ (۱۸ اسفند ۱۳۸۰): صص ۲۶ و ۲۷.

میراحسان، میراحمد، «عالم الغیب و سینما»، راه، شماره ۲ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۷)، صص ۸۶ _۹۱.

میرعابدینی، احمد، «مروری بر مطالعات دینی و رسانه در بازار جهانی سازی»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۱۴۳ _ ۱۵۶.

ناظمی، سعید، «معماران تصاویر رسانه ای»، سوره، شماره ۳۹ (مهر و آبان ۱۳۸۷)، صص ۲۴ _ ۲۹.

نبئی، سودابه، «راهبردهای صدا و سـیما در معرفی و ترویج اندیشه های امام رحمه الله »، پژوهش و سـنجش، شـماره های ۱۷ و ۱۸ (بهار و تابستان ۱۳۷۸): صص۱۱۲ _ ۱۲۵.

نبوی، ابراهیم، «سینمای دینی چیست؟»، نقد سینما، شماره ۶ (پاییز ۱۳۷۴):

ص:۱۶۲

صص ۲۹ _ ۳۳.

نبوی، محمدحسن، «صدا و سیما و جابه جایی ارزش ها»، مبلغان، شماره ۵۴ (خرداد ۱۳۸۳): صص ۳ _ ۶.

نـداف، الهـام، «جاده ای که هر روز باریک تر می شود: سینمای دینی و معناگرای ایران، سال های بی رمق شـده است»، مشـق آفتاب، شماره ۳۸ (۹ آبان ۱۳۸)، صص ۲۴ و ۲۵.

نعیمی، مسعود، «فن آوری اطلاعات در برنامه بیست ساله حوزه دین»، ره آورد نور، سال ۴، شماره ۱۰ (بهار ۱۳۸۴): صص ۲۰ _ ۲۳.

نقیب السادات، رضا و محمد صدیقی، «وسایل ارتباطی

مسلمانان، وضعیت فعلی و جهان آینده»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۸ (آبان ۱۳۸۷).

۳۳۵.نوروزپور، محمدرضا، «کارکرد تلویزیون دینی در محیط تلویزیون تجارب غرب»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۲۵۳ _ ۲۶۰.

۳۳۶.واحد، سینا، «سینمای دینی»، نقد سینما، شماره ۵ (تابستان ۱۳۷۴): صص ۱۸ و ۱۹.

۳۳۷.واراک، دیوید، «وحی و پیامبری با طعم هالیوودی»، ترجمه: محمدحسین فرخ نژاد، موعود، شماره ۸۵ (اسفند ۱۳۸۶).

۳۳۸.وارسته، محمدجواد، «مخاطب و سینما در پرتو دین»، نقد سینما، شماره ۱۱، (تابستان ۱۳۷۶): صص ۷۶ _ ۸۱.

۳۳۹.وایت، پی آر.آر، «معنی شناسـی ارزشـی و موضع گیری ایـدئولوژیک در گفتمان روزنامه نگاری»، ترجمه: پرویز ایزدی، رسانه، سال ۱۸، شماره ۷۲ (زمستان ۱۳۸۶): صص ۵۵ _ ۸۳.

۳۴۰.وقفی پور، شـهریار و یا ناظریفی، «مقایسه تراژدی یونان باستان و تعزیه»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صفحه های ۱۰۸ _ ۱۱۲.

۳۴۱.ول، کارلوس ای، «مذهب و رسانه»، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۵ (پاییز ۱۳۸۲): صص ۱۶۷ _ ۱۷۴.

۳۴۲.ولز، ساموئل، «نمایش آیین و آیین نمایش»، ترجمه: سحر قدیمی، صحنه،

شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷)، صفحه های ۱۶۰ _ ۱۶۹.

۳۴۳.الویری، محسن، «تبلیغ دینی از دیدگاه استاد مطهری»، مسجد، شماره ۱۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۳): صص ۳۸ _ ۴۵.

۳۴۴.الویری، محسن، «مسجد، ارتباطات و توسعه پایدار»، نامه صادق، شماره ۳۲۱ (بهار و تابستان ۱۳۸۶): صص ۹۳ _ ۱۰۹.

۳۴۵.ویل، کارلوس ای، «الهیات و رسانه: تبلوری در جهان تکنولوژیک»، تهران امروز، ۱۴ اسفند ۱۳۸۵.

۳۴۶.هاشمی، سید رضا، «جایگاه حج در فرهنگ ارتباطات»، میقات، شماره ۸ (تابستان ۱۳۷۳): صص ۱۸۶ _ ۲۰۵.

۳۴۷.هامیلتون، نیل اف و آلن ام. رابین، «مذهب و تلویزیون»، ترجمه: ابراهیم حقیقی، همشهری، سال ۱۳، شماره ۳۸۵۸ (۲ آذر ۱۳۸۴): ص ۲۲.

۳۴۸.همامی، عباس، «بررسی روش های تبلیغ ادیان الهی»، نشریه دانشکده ادبیات وعلوم انسانی، دانشگاه تهران، شماره ۲ (تابستان ۱۳۸۵)، صص ۱۱۷ _ ۱۳۰.

۳۴۹.همایون، محمدهادی، «برداشتی از اندیشه های تبلیغی و ارتباطی امام خمینی=»، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۲۸۵ _ ۳۰۶.

۳۵۰.همایون، محمدهادی، «بیداری اسلامی و جنگ رسانه ای»، نامه ارتباطات و دین، شماره ۲ (مهرماه ۱۳۸۵): صص ۲ و ۳.

۳۵۱.همایون، محمدهادی، «فلسفه تبلیغ از دیدگاه امام خمینی=»، مسجد، شماره ۱۴ (خرداد و تیر ۱۳۷۳): صص ۵۲ _ ۶۳.

۳۵۲.همتی، هلن، «انگاره های زیبایی شناختی در سینمای دینی»، انتخاب، شماره ۷۲۴ (۲۶ مهر ۱۳۸۰): ص ۸.

۳۵۳.هورسفیلد، پیتر، «کارکردهای مذهبی تلویزیون، گسترده تر از عرصه زندگی»، ترجمه: فرخ انصاری، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۲۲۵ _ ۲۳۶.

ص:۱۶۴

۳۵۴.هوفر، عمادالدین، «مناسک رسانه: دین و فریم های تصویر»، اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۷ (مهر ۱۳۸۷): صص ۳۴ _ ۳۵.

۳۵۵.هوور، استوارت ام، «از رسانه تا معنا» ترجمه: اسماعیل بشری، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۹۵ _ ۱۱۸.

۳۵۶.هوور، استوارت ام، «دین در عصر رسانه»، ترجمه: رؤیا غندالی، پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۶ (زمستان ۱۳۸۲): صص ۱۵۷ _ ۱۶۹.

۳۵۷.یاراحمدی، جهانشیر، «روضه خوانی به مثابه یک نظام نمایشی»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷): صص ۱۷۰ _ ۱۷۵.

۳۵۸.یثربی، چیستا، «ریخت شناسی تطبیقی سینمای دینی در شرق و غرب»، نوروز، شماره ۱۵۹ (۲۵ مهر ۱۳۸۰): ص ۷.

۳۵۹.یثربی، چیستا، «نقش نمایش در تعلیم و تربیت اسلامی»، پیوند، شماره های ۱۶۵ و ۱۶۶ و ۱۶۷ (تابستان ۱۳۷۲): صص ۹۹ _ ۱۰۱.

۳۶۰.یگانه، فرح و رضا پرچمی زاده، «تعزیه به مثابه رویداد تئاتری»، صحنه، شماره ۴۱ (بهار ۱۳۸۷)، صفحه های ۱۷۶ _ ۱۸۷.

۳۶۱.یوسف مصطفی، محمود، «نگاهی به روابط عمومی در ارتباطات اسلامی: مطالعه در سیره تبلیغی پیامبر اکرم۹»، ترجمه: ناصر باهنر، رسانه، سال ۱۸، شماره ۶۹ (بهار ۱۳۸۶): صص ۲۶۳ _ ۲۸۴.

ص:۱۶۵

نمایه اعلام

نمایه اعلام

ص:۱۶۶

ص:۱۶۹

نمایه موضوعی

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

ص:۱۷۱

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

ص:۱۷۲

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

ص:۱۷۴

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

Your browser does not support the audio tag.

Your browser does not support the audio tag.

Your browser does not support the audio tag.

Your browser does not support the audio tag.

Your browser does not support the audio tag.

Your browser does not support the audio tag.

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

ص:۱۷۶

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

.Your browser does not support the audio tag

ص:۱۷۸

Descriptive Bibliography of Religion and Media

(English Persian)

Easa Zarei

ص:۱۷۹

Abelman, Robert. Hoover, Stewart M. Religious television: controversies and.١ .conclusions. Norwood, N.J.: Ablex Pub. Corp., c١٩٩٠. ٣۶۶p

This volume addresses the various and highly topical controversies surrounding religious television by examining its history, structure, content, viewship, and social impact. It represents a compilation of original essays written by the world's leading scholars, regulators, authorities, and watchdogs of religious television. Each controversy is addressed from a wide range of perspectives. The result is a most interesting exchange of ideas and ideologies: the presentation of empirical data, .theology and learned opinion, and an assortment of insightful conclusions

Abu-Lughod, Lila. Local contexts of Islamism in popular media. Amsterdam:.٢ .Amsterdam University Press; Leiden: ISIM, ٢٠٠۶. ٢٠ p

After the events of ٩\١١, media representations of Muslims in the West—never known for their accuracy—became even more stereotypically negative. Few of us realize, however, the profusion of similar sentiments that existed within Arab Muslim media outlets ten or even fifteen years earlier. Lila Abu-Lughod here examines these images of religious extremism in popular Arab media, focusing most closely on

such depictions in Egyptian television shows of the ١٩٩٠s. Concluding with an exploration of the influence of media on religion itself, Local Contexts of Islamism in Popular Media will add new fuel to current debates in media studies and world politics.

٣. Achtelstetter, Karin. Our daily bread: communication as a mission and ministry of the church. Minneapolis, MN: Lutheran University Press, c٢٠١٠.

Contents: Communication in the LWF: a constructive contradiction?\ Karin Achtelstetter --On communication: intercultural comparison or intercultural encounter\ Andreas Nehring --The history of Christianity as media history\ Johanna Haberer --Communication in mission and the "new culture": the African challenges\ Brenda Akpan --Communication work in the Evangelical Lutheran Church in Tanzania\ Elizabeth Lobulu --Communication as a mission and ministry of the church: an Asian perspective\ Daniel Kirubaraj--Challenges for communication in the Evangelical Church of the Lutheran Confession in Brazil\ Jaime Jung --Communication at the core of the church or church-related organizations: some considerations on KALME and changing concepts of communication\ Praxedis Bouwman --From information to conversation, from understanding to trust : communication in the Evangelical Lutheran Church of Latvia\ Ivars Kupcis --Mission and ministry of the churches' work: communication in the Evangelical Lutheran Church in Canada\ Trina Gallop--Ecumenical news international: communication, our daily bread\ Peter Kenny--Reflections on communication from morning and evening prayer\ Theodore Gill--A communicative communion of contextual and mutual sending: the road to communication priorities: message from the Consultation on

.Communication as a Mission and Ministry of the Church

.Adam, Ahmed. Islam in the media. Pretoria: Alpha Brain Creativity, ۲۰۰۶. ۱۰۵۲ p.۴

Content: Introduction, What others say, What the Qur'an says, Qur'an quotes, Hadith .quotes, Appendix

Ahmed, Sara J. Evaluating the framing of Islam and Muslims pre- and post-۹\۱۱: a.۵ contextual analysis of articles published by the New York times. Germany: VDM .Verlag, ۲۰۰۸. ۸۴ p

Media plays an integral role in forming public perceptions on matters of all dimension, varying from small, entertainment tidbits to wide-ranging world affairs. This research examines how the New York Times framed the keywords Muslim and Islam before and after the ۹\۱۱ attacks. Qualitative and quantitative content analyses were used to evaluate articles published ۳۰-days before and after ۹\۱۱\۲۰۰۱. The objectives of this research were to explore media depictions and framing techniques employed by the New York Times along with analyzing and comparing descriptive text surrounding the .words Islam and Muslim

Akbarzadeh, Shahram; Smith, Bianca. The representation of Islam and Muslims in.۶ the media (The Age and Herald Sun newspapers). Australia: School of Political and .Social Inquiry, Monash University, ۲۰۰۵. ۳۸ p

This report explores how the print media in Victoria represents Muslims and Islam in news stories since September ۱۱, ۲۰۰۱ until December ۳۱, ۲۰۰۴. The report examines the extent to which negative images of Islam are reproduced in the pages of The Age .and Herald Sun newspapers

Akhtar, Rai Shakil. Media, religion, and politics in Pakistan. Karachi: Oxford University.۷ .Press, ۲۰۰۰. ۲۵۵p

This book is a study of media texts in the Pakistani context, discussing the role and place of media in the country's social, political, religious, and historical contexts. It argues that the attitude developed under "parasitic landlordism" defines the role and .scope of media, religion, politics, and social relations in Pakistani society

Alatas, Syed Farid. Covering Islam: challenges opportunities for media in the global.٨ village. Singapore: Centre for Research on Islamic and Malay Affairs (RIMA), ٢٠٠٥. ١٨١ .p

one glance at the title of this book will remind one of the landmark work by Edward Said, "Covering Islam: How the Media and Experts Determine How We See The Rest Of The World". In his book, Edward Said highlighted the media and the experts' monolithic effect when they interpreted Islam for others'consumption. The result of this effect was not only a misunderstanding of the subject matter but also a mistrust of the people of this faith. His advice was clear– not to defend Islam per se, but to be critical in one's understanding of Islam, and of other religions for that matter. In the .same spirit, this seminar is the result of two major motivations

One is the need to understand the media as a producer instead of a mere transmitter of news, with the ability to influence views and opinions, and the other is to empower readership to engage media practitioners on the coverage of religious issues, particularly issues on Islam. These two motivations share the underlying sentiment that inter-religious harmony and understanding can be cultivated through the media, provided that each and everyone of us make the extra

ص:١٨٣

effort to critically review daily news that have cumulatively shaped our understanding .of religious ideology and practices

Alexander, Bobby Chris. Televangelism reconsidered: ritual in the search for human .۹ .community. Atlanta, Ga.: Scholars Press, c۱۹۹۴. ۲۰۵p

By closely examining four television programs--Falwell's "The Old-Time Gospel Hour,"Robertson's"۷۰۰ Club," the Bakkers' "PTL Club," and the telecasts of Jimmy Swaggart--this work considers the attraction of televangelism for its conservative Christian audience. It argues that televangelism, as ritual performance, both legitimates the beliefs of viewers and at the same time adapts other beliefs of its .viewers to the broader culture

Andriacco, Dan. Screen saved: peril and promise of media in ministry. Cincinnati,.۱۰ .Ohio: St. Anthony Messenger Press, ۲۰۰۰. ۱۵۳p

To minister effectively in a media age, Christians must have an understanding of the culture industries: their content, their methodology and their pervasive influence. The average American spends five to eight hours each day watching TV, listening to the radio and recorded music, and reading magazines and newspapers. How can you compete with a media that constantly saturates our world with non-Christian views and ideals? In Screen Saved, Dan Andriacco defines the dangers of media and provides the tools to make it a powerful ally. Learn how TV, advertising, print and the Internet create and define our culture by embarking on a media "fast". Understand which media can be effective in ministry and which should be left out -- and why. Transform your ministry by becoming a medium through which Christ reaches other .people

١١. Arthur, Chris. Religion and the media: an introductory reader. Cardiff : University of Wales Press, ١٩٩٣. ٣٠٢p.

Contents: Media mythologies \ Gregor Goethals -- Teaching theology in a new cultural environment \ Peter Horsfield -- The religious relevance of television \ William F. Fore -- The media and theology: some reflections \ Duncan B. Forrester -- Religious communication in the context of soap values \ Eric Shegog -- Religion, education, and the communication of values \ Jim McDonnell -- Popular religion on TV \ Neil Simpson -- Everybody needs good neighbours: soap opera as community of meaning \ Derek C. Weber -- Religious values and root paradigms: a method of cultural analysis \ William E. Biernatzki -- The theology of the nine o'clock news \ Colin Morris -- Ill news comes often on the back of worse \ John Eldridge -- An Islamic perspective on the news \ S.A. Schleifer -- Learning from failure: towards a rationale for religious communication \ Chris Arthur -- Television commercials: mirror and symbol of societal values \ Peg Slinger -- Theological reflections: social effects of television \ Jeanne Cover -- 'Thou shalt have no other jeans before me' \ Dorothee Sölle -- Hymns and arias \ D.P. Davies -- Religious broadcasting on independent television \ Rachel Viney -- Privatism, authority, and autonomy in American newspaper coverage of religion: the readers speak \ Stewart M. Hoover.

١٢. Austin, Ron. In a new light: spirituality and the media arts. Grand Rapids, Mich.: William B. Eerdmans Pub. Co., ٢٠٠٧. ٩٥p.

Hollywood, while embracing creativity, seems to be shutting out morality and community. Can those with a Christian perspective find anything of value in such an environment?

or contribute anything worthwhile to it? Eyeing the landscape from an insider's perspective, Ron Austin answers a firm yes. Austin's In a New Light unpacks the spiritual principles underlying the art of film, including a historical survey of how cinematic art was shaped by the crisis of modernity. A veteran of the industry ? having worked nearly half a century in its environs ? Austin goes a step beyond the now-popular course of critiquing current films from a Christian worldview, espousing that the key to confronting evil in the media arts lies in the Christian attitude toward suffering. Based on several years of Austin's filmmaking courses, In a New Light explores a spiritual foundation for creative film work and seeks ways to find common ground on which to build creative relationships. Austin's inside look will prove fascinating not only to students and practitioners of the media arts but to anyone .interested in this aspect of popular culture

Babb, Lawrence A; Wadley, Susan S. Media and the Transformation of Religion in .۱۳ .South Asia. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, ۱۹۹۵. ۲۹۸p

This volume of provocative essays explores the effects of the religious transformation taking place in India as sacred symbols assume the shapes of media images. Lifted from their traditional forms and contexts many relgious symbols, beliefs and practices are increasingly refracted through such media as god posters, ..cosmic books audio recordings and programs of video cassette

Bach, Alice. Religion, politics, media in the broadband era. Sheffield: Sheffield.۱۴ Phoenix Press, ۲۰۰۴. ۱۹۰p

Religion has gone public; and the much-discussed political pendulum has been swinging widely in its effort to keep up

with the eruptions of faith swelling the broadband. Private faith finds very public outlets through the media's appetite for voices and choices. Faith-based networks have become media-savvy, urging their members to send barrages of emails, faxes, telephone calls, letters of praise or outrage to politicians. Those same politicians return the volley, using the broadcast media with great skill, wooing the faithful, convincing the cynical that God is on their side. Only a deity could be on so many sides simultaneously. Alice Bach's new book reflects her long-time focus on the Bible, religion and culture. Popular religion is expressed within our culture in rock videos, televangelism, political rhetoric, children's books, films and animations. Every sort of media from print to electronic to broadband is imbued with subtle and blatant religious imagery. The media are new; the message is not. The tightly woven pattern of religion, politics and media has been part of the American fabric since the country was founded. When one examines this cultural cloth, threads of varying colours are revealed, threads whose twists reflect both media coverage of religion and religious .views of the media

Badaracco, Claire. Prescribing faith: medicine, media, and religion in American.۱۵ .culture. Waco, Tex.: Baylor University Press, c۲۰۰۷.. ۲۶۴p

The medical quackery of yore is commonly thought to be over. Sure, doctors may have prescribed mercury, arsenic and bloodletting in the ۱۹th century, and they may not have washed their hands between examinations of cadavers and deliveries of babies, but aren't we more advanced now? Badaracco, professor of communications at Marquette, thinks not. The current symbiosis between medicine and media is the rival of any sort of Victorian-era medical malpractice. Big

Pharm is the most profitable sector of the stock market, and pharmaceutical companies spend twice as much on marketing as they do on research and development. Badaracco shows that media, religion and medicine have been intertwined throughout American history, often producing spectacular innovations in marketing, a mess of broken bodies in medicine and frequent religious reactions against mainstream medicine, like Christian Science and the rise of popularity for Eastern religions. She writes with panache and passion enough to ask unsettling questions: if prayer works , should it be required in hospitals by insurers? And if it works, might it also carry risk ? And why is the media so keen to serve as the ?mouthpiece for every scare tactic and miracle drug that comes down the pike

Badaracco, Claire. Quoting God: how media shape ideas about religion and culture..۱۶
.Waco, Tex.: Baylor University Press, c۲۰۰۵. ۳۱۷p

Quoting God charts the many ways in which media reports religion news, how media uses the quoted word to describe lived faith, and how media itself influencesaand is influenced byareligion in the public square. The volume intentionally brings together the work of academics, who study religion as a crucial factor in the construction of identity, and the work of professional journalists, who regularly report on religion in an age of instant and competitive news. This book clearly demonstrates that the relationship between media culture and spiritual culture is foundational and multi-directional; that the relationship between news values and religion in political life is influential; and that the relationship among modernity, belief, and journalism is .pivotal

ص:۱۸۸

Baehr, Theodore; Boone, Pat. The culture-wise family: Upholding Christian Values .۱۷
.in a Mass-Media World. Ventura, Calif.: Regal, ۲۰۰۷. ۲۶۹p

Graphic killings; Profanity; Adultery. Flip on the television, head for the movie theater, or open a newspaper and you can't get away from it. How do you raise a family in a world supersaturated with media extolling toxic values that are not your own? Media critic Dr. Ted Baehr and legendary entertainer Pat Boone draw from their own extensive experiences and interviews with experts to help readers understand the power of the media and its influence on families. They also examine the ongoing threats to family values by those in the media who promote a humanistic worldview. Media consumers are challenged to understand their own worldviews, make wise choices and are given the information they need to do so. Baehr and Boone also look at the progress that has been made in family values programming in Hollywood, and .offer hope for the future

Beal, Timothy K.; Linafelt, Tod. Mel Gibson's Bible: religion, popular culture, and The .۱۸
.Passion of the Christ. Chicago: University of Chicago Press, ۲۰۰۶. ۲۰۸p

The Passion of the Christ was an extraordinary media event. But the film has also, and more importantly, been a religious phenomenon. Mel Gibson's professed intent was to create not just a cinematic experience but a spiritual one. And he has succeeded for many moviegoers, most notably evangelical Christians, of whom millions have embraced the film as a presentation of Holy Scripture, a twenty-first century

.incarnation of the Word

In this volume, biblical scholars Timothy K. Beal and Tod Linafelt–along with an esteemed group of contributors–offer a provocative range of views on The Passion of the Christ. Their book is organized in three parts. The first analyzes the film in terms of its religious foundations, including the Gospels and nonbiblical religious texts: What are the film's literary sources and how does it use them? In what ways does the medium of film require a radically different way of representing gospel narrative? The second group of essays focuses on the ethical and theological implications of the film's presentation of the Christian gospel: What do we make of its representations of female sexuality? What are the implications of focusing on the Passion in terms of atonement rather than social justice? Finally, the third section explores the film as a pop cultural phenomenon: How has the film worked to create a sense of insider status for some and alienated so many others? What can we learn about the religious dimensions of contemporary mass culture from the film's reception? Whether one is inspired or appalled by The Passion of the Christ, there can be no question that it is a defining moment in the cultural afterlife of the Bible. This volume tries to make sense of that moment and will prove to be a touchstone for adherents and detractors of the .film alike

Beckerlegge, Gwilym. From sacred text to internet. Aldershot, Hants, England;.۱۹ .Burlington, VT : Ashgate; Milton Keynes: Open University, ۲۰۰۱. ۳۴۷p

From Sacred Text to Internet addresses two key issues affecting the global spread of religion: first, the impact of new media on the ways in which religious traditions present their

messages, and second, the global relocation of religions in novel geographical and social settings. The book offers extended studies of Buddhism, Christianity, Hinduism and a wide-ranging survey chapter that refers to the presence on the Internet of many of the world's most influential religions. The chapters explore the relationship between scholarly reconstructions of the life of Jesus and representations of Jesus in contemporary popular cultures; the production and use of sacred images for the Hindu mass market; how Buddhism is represented and spread in the West; the Islamization of Egypt, its causes and influences; and the uses to which the Internet is put by religions as well as how information technology has influenced the future .shape of religion

Blizek, William L. The Continuum companion to religion and film. London; New York:.۲۰ .Continuum, c۲۰۰۹. ۴۲۶p

The Continuum Companion to Religion and Film offers the definitive guide to study in this growing area of scholarship. The book covers all of the most pressing and important themes and categories in the field - areas that have continued to attract interest historically as well as topics that have emerged more recently as active areas of research. Twenty-nine specifically commissioned essays from a team of experts reveal where important work continues to be done in the field and provide a map of this evolving research arena. Featuring chapters on methodology, religious of the world, and popular religious themes, as well as an extensive bibliography and filmography, this is the essential reference tool for anyone with an interest in the .intersections between religion and film

Bolz-Weber, Nadia. Salvation on the small screen?: ۲۴ hours of Christian television..۲۱
.New York: Seabury Books, ۲۰۰۸. ۱۶۵p

A book for everyone whos ever flipped past the religious channel. Subjects: Television
.in religion --United States;Television broadcasting --Religious aspects --Christianity

Borschel, Audrey. Preaching prophetically when the news disturbs: interpreting the.۲۲
.media. St. Louis, Mo.: Chalice Press, ۲۰۰۹. ۱۸۱p

This book is the first resource to help preachers interpret the news stories of our day and to understand the media industry that produces them. It answers these questions: What does preaching have to do with the news? What is the news that disturbs? What is media literacy and why are certain tools helpful in understanding the media industry? How do we preach pastorally and prophetically during crises or ?when the news disturbs

Brown, Duncan. Religion and spirituality in South Africa: new perspectives..۲۳
.Scottsville, South Africa: University of KwaZulu- Natal Press, ۲۰۰۹. ۲۹۴ p

Religion and spirituality are closely woven into the fabric of South African public and private life - though not always seamlessly or in matching thread. This book is concerned with the role of religion and spirituality in individual identity and belief, as well as in the public spheres of governance and policy-making. It brings together significant researchers from various disciplinary perspectives, ranging from law and politics to theology, literature and media studies, with the aim of investigating new critical approaches to religion and spirituality, particularly in the postcolony\South. The authors engage seriously with the challenge of accounting for the

range and power of religious and spiritual discourses that run through individual and communal identification. This volume provides stimulation for further thought and work in this crucial area of South African, and postcolonial, study and life.

۲۴. Bruce, Steve. Pray TV: televangelism in America. London; New York: Routledge, ۱۹۹۰. ۲۷۲p.

Subjects: Evangelists --United States; Television in religion--United States; Christianity and politics; United States --Politics and government; United States --Politics and government ; United States --Church history --۲۰th century.

۲۵. Buddenbaum, Judith Mitchell. Reporting news about religion: an introduction for journalists. Ames : Iowa State University Press, ۱۹۹۸. ۲۳۰p.

Religion. It's the greatest story never told -- or at least rarely told well. Though second only to education in the public's ranking of importance, religion reporting tends to turn up last in audience satisfaction. Reporting News About Religion takes aim at all the special challenges and difficulties that make this so. Geared to print and broadcast journalists, the book provides substantive information about religion and practical advice about covering religion stories thoroughly and sensitively.

Buddenbaum divides her overview into three parts: the background information journalists need in order to understand religion and its role in American culture; the place of religion in the media, audience interests, and the implications of various practices concerning the definition, organization, and assignment of religion news; and reporting and writing techniques such as sourcing, story framing, and language use that can be especially problematic in the value-

.laden realm of religion reporting

Firmly grounded in the social sciences and in an appreciation of the protection given to all religions by the First Amendment, this book avoids the pitfalls and biases of most accounts of religion news. It features an annotated list of readings that will further inform students and journalists, as well as specific sources for information about a .broad range of religions and religious organizations

Bunt, Gary R. Islam In The Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic.۲۶ .Environments (Critical Studies on Islam). London: Pluto Press, ۲۰۰۳. ۲۳۷ p

This book is a valuable in three ways. First, it demonstrates that activism and decision-making are two dominant zones in Cyber Islamic Environments. Second, it deals with changes in the post ۹\۱۱, reflected in sacred cyberspace. Third, as I see, it goes in the deep Web to trace the e-content's human face. In fact, Bunt made history by writing Virtually Islamic the book in hand is a sequel. Bunt's analysis of the tacit knowledge, converts intangible information into tangible, which thereby becomes a model for return on investments in today's volatile e-world. Cybrarians, Sociologists, Middle East specialists, religionists, Orientalists, historians as well as public policy makers, will greatly benefit from this model developed by an active scholar-cum-Netizen. Any library that specializes in religion or area studies should possess it for their circulating collection, as it is more useful for a complete reading to get a clear picture of the emerging dynamics, whether it is `religion in Internet' and `religion on 'Internet

ص:۱۹۴

.

Bunt, Gary R. Virtually Islamic: computer-mediated communication and cyber.٢٧
.Islamic environments. Cardiff: University of Wales Press, ٢٠٠٠. ١٨٩ p

This is the first broad-ranging academic survey to explore how Islam and the internet combine and interact. Information technology is now making a global impact on how Muslims approach and interpret Islam. Given its utilization as a primary source of information, the internet also influences how non-Muslims perceive Islam and matters relating to Muslims. Among the issues addressed are: how multimedia applications are being integrated into websites, enabling surfers to listen to and see 'sermons' delivered thousands of miles away and to partake of new opportunities for religious experience; how Muslim organizations are networking globally through the electronic medium, and how that impacts upon understanding of Islam and Muslim identities; how can Muslims and non-Muslims approach the Qur'an in its digital form; how the internet is used to present diverse dialogues relating to Islam, often reaching .wide audiences where other forms of communication are heavily censored

Cali, Dennis D. Faith and the media: reflections by Christian communicators. New.٢٨
.York: Paulist Press, ٢٠١٠. ٩٨p

In this useful volume, professional communicators filmmakers, producers, editors, and professorsżoffer personal reflections on how their Catholic faith shapes their work. Contributors share the wisdom of their lived experience in the various sectors of communications and media, from the newsroom to the classroom. Faith and the Media offers inspiration both to young Catholic men and women who are contemplating a career in communication and to seasoned communications

veterans hoping to refresh their calling to live out their faith within the fields of .communications and media

Campbell, Heidi. When Religion Meets New Media. London; New York: Routledge, .٢٩ .٢٠١٠. ٢١٩ p

This lively book focuses on how different Jewish, Muslim, and Christian communities engage with new media. Rather than simply reject or accept new media, religious communities negotiate complex relationships with these technologies in light of their history and beliefs. Heidi Campbell suggests a method for studying these processes she calls the "religious-social shaping of technology" and students are asked to consider four key areas: religious tradition and history; contemporary community values and priorities; negotiation and innovating technology in light of the community; .communal discourses applied to justify use

A wealth of examples such as the Christian e-vangelism movement, Modern Islamic discourses about computers and the rise of the Jewish kosher cell phone, demonstrate the dominant strategies which emerge for religious media users, as well .as the unique motivations that guide specific groups

Campolo, Anthony. Connecting like Jesus: practices for healing, teaching, and.٣٠ .preaching. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass, c٢٠١٠.. ٢٣٢p

A hands-on resource for all Christians who want to communicate with more passion and power. Tony Campolo and Mary Albert Darling have teamed up to explore the dynamic connection that occurs when spirituality\spiritual practices are combined with effective communication practices. Churches and other religious organizations depend on the ability of their leaders and members to communicate

speak, teach, and preach) within their congregations and beyond. This important,) practical guide will reveal Campolo's preaching secrets and Darling's wise counsel as a professor of communication. Includes interviews with prominent Christian leaders and thinkers Written by two experts on the topic of communication and spirituality Tony Campolo is one of America's most remarkable and beloved Christian communicators This is a key resource written for any Christian who would like to .become a more skilled and spiritually mature communicator

Cardwell,J.D.; Thorpe, Jack L. Mass media Christianity: televangelism and the great.۳۱ .commission. Lanham, MD.: University Press of America, ۱۹۸۴. ۲۱۵p

Subjects: Mass media in religion--United States; Television in religion--United States; .Evangelists--United States; Evangelicalism--United States

Clark, Lynn Schofield. Religion, media, and the marketplace. New Brunswick, N.J. :.۳۲ .Rutgers University Press, c۲۰۰۷. ۳۲۵ p

Religion is infiltrating the arena of consumer culture in increasingly visible ways. We see it in a myriad of formsin movies, such as Mel Gibsons The Passion of the Christ, on Internet shrines and kitschy Web altars, and in the recent advertising campaign that attacked fuel-guzzling SUVs by posing the question: What would Jesus drive? In Religion, Media, and the Marketplace, scholars in history, media studies, and sociology explore this intersection of the secular and the sacred. Topics include how religious leaders negotiate between the competing aims of the mainstream and the devout in the commercial marketplace, how politics and

religious beliefs combine to shape public policy initiatives, how the religious other is represented in the media, and how consumer products help define the practice of different faiths. At a time when religious fundamentalism in the United States and throughout the world is inseparable from political aims, this interdisciplinary look at the mutual influences between religion and the media is essential reading for scholars .from a wide variety of disciplines

Claussen, Dane S. Sex, Religion, Media. Lanham, Md.; Oxford : Rowman Littlefield,.۳۳ .c۲۰۰۲. ۲۹۵ p

Contents: Bernarr Macfadden's "Physical culture": marketing health by selling bodies, health and morals\ Lisa R. Grunberger-- The whore of Babylon, suggestibility, and the art of sexless sex in Cecil B. DeMille's "Samson and Delilah (۱۹۴۹)"\ Anton Karl Kozlovic-- Religious and sexual images in rock videos : a second-by-second analysis\ Carol J. Pardun and Kathy Brittain McKee-- The muddled middle : Protestantism's encounter with homosexuality since the ۱۹۶۰s\ Mark G. Toulouse-- A broken trust : Canadian priests, brothers, pedophilia and the media \ Iain A.G. Barrie-- The silence of the Jewish media on sexual abuse in the Orthodox Jewish community\ Amy Neustein and Michael Lesher-- "I didn't need to see the tattooed lady takin' it off": evangelicals and representations of sexuality in contemporary film\ Todd Rendleman -- Responses to television from the new Christian right : the Donald Wildmon Organization's fight against sexual content\ Robert R. Mendenhall -- Magazine coverage of the man the networks love to hate\ Natalie Jo Brackett-Vinyard -- Morality politics associated with abstinence-only sex education sought as a remedy to welfare dependency\ Shelly Arsneault-- The organ in the sanctuary: silent film and

paradigmatic images of the suspect clergy\ Terrence R. Lindvall-- Cult sex: the mass media reporting of sexual issues surrounding new religious movements\ Herman R. Foushee Jr.-- Issue culture analysis and the gay\lesbian religious controversy\ Philip J. Bakelaar-- The word on sex : Biblical interpretation on the web and constructed realities\ James A. Vela-McConnell and Beverly J. Stratton -- Between law and love : Christianity, politics and sexual citizenship\ William J. Earnest -- The disenchantment of modern sexuality : packaged by media into Weber's "Iron cage"\ Felix Herndon and Valerie J. Smith-- Family, peers, religiosity, electronic media, and the risk of adolescent sexual activity\ Randal A. Wright and Mark D. Ogletree-- Media cultivation and perceptions of sexual morality in Church of Christ adolescents\ Brian K. Simmons-- "Oh God, my kid is gay!": the effects of religious belief and media consumption on parental ability to accept a lesbian, gay or bisexual child\ Justin Jagosh.

۳۴. Coates, Paul. Cinema, religion, and the romantic legacy. Aldershot, Hants, England; Burlington, VT: Ashgate, c۲۰۰۳. ۲۱۷p.

Cinema, Religion and the Romantic Legacy surveys the ways in which notions of religion and spirituality have impinged upon the cinema. Cinema is conceived as a post-Romantic form for which religion and spirituality can be unified only problematically. While inspecting many of the well-established themes and topoi of writing on religion and film (such as films about priests and 'Christ-figures') it also seeks to problematize them, focusing primarily upon the issues of religious representation foregrounded by such European directors as Kieslowski and Godard. Coates draws on theories of theologians, philosophers and cultural and literary critics

including: Otto, Kant, Schiller and Girard.Addressing the relationship between religion and spirituality from a film studies specialist's perspective, this book offers all those concerned with film, media or religious studies an invaluable examination of artistic interaction with the theological and aesthetic issues of representation and representability.Paul Coates is Reader in Film Studies at the University of Aberdeen, Scotland, and author of many books including: The Gorgon's Gaze (CUP), Film at the Intersection of High and Mass Culture (CUP), The Story of the Lost Reflection (Verso).

Contents: Early Pioneers; Electric Church in Hollywood; Black Gospel Trailblazers; Satellite Space Race; Religious Broadcasting Surveys; VIM Pay Versus Free Time Religious Broadcasting; Who Listens to Religious Broadcasts Anymore?; Religious Broadcasting in Southern California; Will Electric Church Replace Traditional Worship?...

۳۵. Cooke, Phil. Successful Christian television: make your media ministry a reality. Bloomington, IN: ۱stBooks, ۲۰۰۳. ۲۳۹p.

A pretty standard, unsurprising look at the world of Christian telelvision. A very valuable, extensive base for any church or student looking to pursue media as a ministry. This should be a textbook in Christian colleges or universities in media degrees. Contents: Starting at the beginning--Determining your resources--Producers and directors-- Choosing a format -- Television equipment -- Reaching an audience--Financing your television outreach--Radio -- The Internet.

۳۶. Crowley, Eileen D. Liturgical art for a media culture. Collegeville, Minn.: Liturgical Press, ۲۰۰۷. ۱۰۲p

.

Contents: A working vocabulary for church dialogue and discernment-- A history of media in christian worship in the United States-- Media in worship: perils and positive possibilities-- Frameworks for evaluation of media in worship-- A model for liturgical .ministry: communal co-creation

Cupp, S. E. Losing Our Religion: The Liberal Media's Attack on Christianity. New York:.٣٧ .Threshold Editions, ٢٠١٠. ٢٦٩p

The press has become a tool of oppression politicized, selfaware, selfmotivated, and" powerhungry... In short, these people can no longer be trusted." From S. E. Cupp's Losing Our Religion It's time to wake up and smell the bias.The go-to commentator for such programs as Fox News's Hannityand CNN's Larry King Liveand Reliable Sources, S. E. Cupp is just thata reliable source for the latest news, trends, and forecasts in young, bright, conservative America. Savvy and outspoken when shattering left-leaning assumptions as she did in Why You're Wrong About the Right, Cupp now takes on the most pressing threat to the values and beliefs held and practiced by the majority of Americans: the marginalizing of Christianity by the flagrantly biased liberal media.From her galvanizing introduction, you know where S. E. Cupp stands: She's an atheist. A non-believer. Which makes her the perfect impartial reporter from the trenches of a culture war dividing America and eroding the Judeo-Christian values on which this country was founded. Starting at the top, she exposes the unwitting courtship of President Obama and the liberal press, which consistently misreports or downplays Obama's clear discomfort with, or blatant disregard for, religious America from covering up religious imagery in the backdrop of his Georgetown University speech to his absence from events

surrounding the National Day of Prayer, to identifying America in his inaugural address as, among other things, "a nation of non-believers." She likens the calculated attacks of the liberal media to a class war, a revolution with a singular purpose: to overthrow God and silence Christian America for good. And she sends out an urgent call forall Americans to push back the leftist propaganda blitz striking on the Internet, radio, television, in films, publishing, and print journalismor invite the tyrannies of a "mainstream" media set on mocking our beliefs, controlling our decisions, and extinguishing our freedoms. Now, discover the truth behind the war against Christmasand how political correctness keeps the faithful under wraps... the one-sided analyses of Prop ٨ and the gay marriage debate... the media pot-shots at Sarah Palin's personal faith... the politicization of entertainment mainstays such as American Idoland the Miss USA Pageant . . . and much more. Also included are her penetrating interviews with Dinesh D'Souza, Martha Zoller, James T. Harris, Newt Gingrich, Kevin Madden, and Kevin Williamson of National Review, delivering must-read analyses of .the latest stunning lowlights from the liberal media

D’Souza, Henry. A communicating church in India. New Delhi: CBCI Media Office,.٣٨ .٢٠٠٢. ١٥٢p

Subjects: Catholic Church --Missions –India; Communication --Religious aspects – .Christianity; Mass media --Religious aspects --Christianity

D’Souza, Henry. Called to be a communicating church: a national pastoral plan for.٣٩ .social communications in India. Delhi: Media House, ٢٠٠٤. ١٨١p

– subjects: Communication -- Religious aspects -- Christianity

Congresses; Mass media -- Religious aspects -- Christianity – Congresses; Catholic .Church -- Missions -- India -- Congresses

Deacy, Christopher. Faith in film: religious themes in contemporary cinema..۴۰ .Aldershot, Hampshire, England ; Burlington, VT : Ashgate Pub., ۲۰۰۵. ۱۷۰p

How plausible is it to examine the medium of film through a Christian lens? Are there any grounds for supposing that, in 'going to the movies', one is participating in a religious activity? Faith in Film identifies and explores these key questions. From the unprecedented and innovative perspective of Christian theology, this book investigates how cinema audiences wrestle with religious beliefs and values. Through a reading of films as diverse as Groundhog Day, Billy Liar, Fight Club, Nobody's Fool and The Passion of the Christ, Deacy reveals that the movies raise vital questions .about the spiritual landscape and normative values of western society today

Deacy, Christopher; Arweck, Elisabeth. Exploring religion and the sacred in a media.۴۱ age. Farnham, England ; Burlington, VT: Ashgate, ۲۰۰۹. ۲۶۰ p

In recent years, there has been growing awareness across a range of academic disciplines of the value of exploring issues of religion and the sacred in relation to cultures of everyday life. Exploring Religion and the Sacred in a Media Age offers inter-disciplinary perspectives drawing from theology, religious studies, media studies, cultural studies, film studies, sociology and anthropology. Combining theoretical frameworks for the analysis of religion, media and popular culture, with focused international case studies of particular texts, practices, communities and audiences, the authors

examine topics such as media rituals, marketing strategies, empirical investigations of audience testimony, and the influence of religion on music, reality television and the internet.Both academically rigorous and of interest to a wider readership, this book offers a wide range of fascinating explorations at the cutting edge of many contemporary debates in sociology, religion and media, including chapters on the way evangelical groups in America have made use of The Da Vinci Code and on the influences of religion on British club culture and electronic dance music.

۴۲. Dimitrova, Diana (editor). Religion in literature and film in South Asia. New York : Palgrave Macmillan, ۲۰۱۰.. ۲۲۶p.

This innovative, interdisciplinary collection of essays by scholars based in Europe and the United States offers stimulating approaches to the role played by religion in present-day South Asia. Contents: On myth and mythologizing: an introduction\ Diana Dimitrova-- Religion, myth, and gender. Seeking God: narratives of the spiritual in Amrita Bharati's work and Hindi poetry\ Lucy Rosenstein-- Who is Afraid of Mīrābāī?: Gulzar's antidote for Mīrā's poison\ Heidi Pauwels-- Religion and gender in Bollywood film \ Diana Dimitrova-- The creative modern and the myths of the goddess Mariyamman\ Perundevi Srinivasan-- Religion, myth and politics. Constructed religious feelings and communal identities inHamārā Śahar us baras by Gītāñjali Śrī\ Alessandra Consolaro-- Dharma reconsidered: the inappropriate poetry of Arun Kolatkar in Sarpa Satra\ Laetitia Zecchini-- From otherland to the divine land: exile, mysticism, and secularism in K.B. Vaid's Dard lā davā\ Anne Castaing-- In the face of even lesser breeds : reading Nayantara Sahgal with

Indian Christians\ Clara Joseph-- Censorship, social reform, and mythological drama in colonial India\ Nandi Bhatia-- From Kuruksetra to Rāmarājya: a comparative analysis of the star personas of Amitabh Bachchan and Shahrukh Khan\ Sunny Singh.

۴۳. Doe, Norman (editor). The portrayal of religion in Europe : the media and the arts : proceedings of the conference, Cardiff, ۲۱-۲۴ November ۲۰۰۲ = Le portrait de religion en Europe : les médias et les arts : actes du colloque, Cardiff, ۲۱-۲۴ novembre ۲۰۰۲. Leuven ; Dudley, MA : Peeters, ۲۰۰۴. ۳۱۵p.

This volume contains studies, from the perspective of the countries of the European Union, on the communication of religion in the media and the arts, in the context of the interface between freedom of expression and freedom of and respect for religion. The studies deal with the basic legal framework of each state as it regulates the coverage of religious matters in the press, television, radio and the arts, and the extent to which, and the ways in which, these institutions regulate themselves in religious affairs.

۴۴. Dönmez-Colin, Gönül. Women, Islam and cinema. London : Reaktion Books, ۲۰۰۴. ۲۰۶p.

This is the first book to examine the troubled relationships between women, Islam and cinema. Film critic and author Gnl Dnmez-Colin explores the role of women as spectators, images and image constructors in the cinemas of the countries where Islam is the predominant religion, focusing on Iran and Turkey from the Middle East, drawing parallels from Kazakhstan and Uzbekistan, the two Central Asian Republics of the former Soviet Union, and Pakistan, Bangladesh, Malaysia and Indonesia, the prominently Muslim Asian countries with

a challenging film industry. Some of the relevant films made in India by and for Muslim .Indians are also explored

Dnmez-Colin examines prevalent cinematic archetypes, including the nave country girl who is deceived and dishonored, or the devious seductress who destroys the sanctity of marriage, and looks well at controversial elements such as screen rape, which, feminist film critics claim, caters to male voyeurism. She also discusses recurring themes, such as the myths of femininity, the endorsement of polygamy and the obsession with male children, as well as the most common stereotypes, depicting women as mothers, wives and daughters. Given the diversity of cultures, rather than viewing national cinemas as aspects of a single development, the author focuses on individual histories, traditions and social and economic circumstances as points of reference, which are examined in the context of social and political evolution and the .status of women within Islam

Dwyer, Rachel. Filming the gods: religion and Indian cinema. London: Routledge,.۴۵ .۲۰۰۶. ۱۹۸p

Filming the Gods explores Indian cinema's portrayal of religion and the gods, from early film-makers' first forays onto the silent screen to the technicolour spectacles of modern Bollywood. Looking at the influential Hindi cinema of Mumbai, as well as at Islamic and other sources, Rachel Dwyer asks how the depiction of divinity and devotion in film has affected India's religious, political and sexual culture. Her exhilarating tale weaves from Indian cinema's founding nationalist impulses, where Hindi epics from the Mahabharata and Ramayana were devised in response to western Biblical films, to the global consumption of Indian film today and its reaction .to modern religious tensions such as the war in Kashmir

Exploring genres including epic melodrama, devotional drama and subaltern and 'social' film, the book draws on interviews with film stars, directors and producers as well as popular fiction, fan magazines and of course the films themselves. It succeeds both as a guide to the study of film in religious culture, and a thrilling history of Indian .religious film

Eickelman, Dale F. New media in the Muslim world: the emerging public sphere..۴۶ .Bloomington: Indiana University Press, ۱۹۹۹. ۲۱۳ p

This... widely acclaimed collection of essays reports on how new media-fax" machines, satellite television, and the Internet-and the new uses of older media-cassettes, pulp fiction, the cinema, the telephone, and the press-shape belief, authority, and community in the Muslim world. The chapters in this work, including new chapters dealing specifically with events after September ۱۱, ۲۰۰۱, concern Indonesia, Bangladesh, Turkey, Iran, Lebanon, the Arabian Peninsula, and Muslim communities in the United States and elsewhere. New Media in the Muslim World suggests new ways of looking at the social organization of communications and the shifting links among media of various kinds in local and transnational contexts. The extent to which today's new media have transcended local and state frontiers and have reshaped understanding of gender, authority, social justice, identities, and ".politics in Muslim societies emerges from this timely and provocative book

Eickelman, Dale F; Anderson, Jon W. New media in the Muslim world: the emerging.۴۷ .public sphere. Bloomington, IN: Indiana University Press, ۲۰۰۳. ۲۱۳ p

This second edition of a widely acclaimed collection of

essays reports on how new media -- fax machines, satellite television, and the Internet -- and the new uses of older media -- cassettes, pulp fiction, the cinema, the telephone, and the press -- shape belief, authority, and community in the Muslim world. The chapters in this work, including new chapters dealing specifically with events after September ١١, ٢٠٠١, concern Indonesia, Bangladesh, Turkey, Iran, Lebanon, the Arabian Peninsula, and Muslim communities in the United States and elsewhere. The extent to which today's new media have transcended local and state frontiers and have reshaped understandings of gender, authority, social justice, identities, and politics in Muslim societies emerges from this timely and provocative .book

Eide, Elisabeth; Kunelius, Risto; Phillips, Angela. Transnational media events: the .٤٨ Mohammed cartoons and the imagined clash of civilizations. Göteborg: Nordicom, .٢٠٠٨. ٢٩٠ p

Contents: Transnational Media Research and the Cartoon Controversy as a Global News Event\ Elisabeth Eide, Risto Kunelius; A Long and Messy Event\ Peter Hervik, Elisabeth Eide Risto Kunelius; The Twelve Cartoons. A Discursive Inquiry\ Amin Alhassan; Professional issues. Original Spin and Its Side Effects. Freedom of Speech as Danish News Management\ Peter Hervik. Complexities of an Ideology in Action ; Liberalism and the Cartoon Affair\ Risto Kunelius Amin Alhassan. Who Spoke and Who was Heard in the Cartoons Debate?\ Angela Phillips. The Power of Pictures in Journalistic Discourse. As News, as Commentary, as Art\ Karin Becker. When Foreign \News Remains Foreign; Cartoon Controversies in the US and Argentine Press

ص:٢٠٨

Stephanie Craft and Silvio Waisbord; Crossing Boundaries: The Loop of Labelling. Orientalism, Occidentalism and the Cartoon Crisis\ Elisabeth Eide; Failing to Realize the Blind Spots in the Cartoon Controversy\ Ibrahim Saleh. Pictures Travel, Discourses Do Not; Decontextualisation and Fragmentation in Global Media Communication\ Oliver Hahn. Integration through Insult?\ Carolina Boe and Peter Hervik. Ourselves and Our Others ;Minority Protest and National Frames in Press Coverage\ Angela Phillips Hillel Nossek. Between the Ritual and the Rational ; From Media Events to .Moments of Global Public Spheres?\ Risto Kunelius Hillel Nossek

Elgamri, Elzain. Islam in the British Broadsheets: The Impact of Orientalism on.٤٩ .Representations of Islam in the British Press. Reading. UK: Ithaca Press, ٢٠٠٨. ٢٤٤ p

From the late Ayatollah Khomeini's fatwa against Salman Rushdie, to the extremism of the Taliban and the mass murder of the September ١١th attacks, the image of Islam as a violent and anti-Western faith has featured dominantly in the global mass media. In this book, Elzain Elgamri sets out to refute such generalisations.Taking into account the historically conditioned Orientalist discourses, in light of the polarized relationship between Islam and the West, and deconstructing what has actually been reported in the British quality press, he argues that what has actually been journalistically covered is an incomplete fragment of a much more complex situation.While acknowledging that these terrible acts were indeed committed in the name of Islam, and that they did involve bloody violence that claimed the lives of innocent civilians and caused much intimidation, he argues that these

events have been represented by the media as an archetype of Islam, whereas in actual fact there is no single monolithic Islam and, consequently, no single monolithic Muslim community. The author concludes that contrary to what is frequently depicted, Islam and Muslim societies are not confined only to confrontation, violence, terrorism and antagonism towards everything Western, but rather are extremely .diverse in their religious and political outlooks

Erickson, Hal. Religious radio and television in the United States, ۱۹۲۱-۱۹۹۱: the.۵۰ .programs and personalities. Jefferson, N.C.: McFarland, ۱۹۹۲. ۲۲۸p

Since the advent of radio, the "electronic church" has become a fixture in American society. Every hour of every day one can find a religious broadcast on either television or radio. In one encyclopedic sequence are entries on both the programs and the people of inspirational broadcasting, from the experimental shows in the early ۱۹۲۰s to the sophisticated, satellite dominated programs of today. Each program entry provides background information and a synopsis of the program. For personalities, a career summary includes information on their ministry and the shows in which they appeared. Major religious broadcasting channels and cable and satellite services are .listed

Evans, Michael. Jesus, fads, the media: the passion popular culture. Philadelphia:.۵۱ .Mason Crest Publishers, ۲۰۰۶. ۱۱۲p

The Passion of the Christ, a film created by Mel Gibson about the last twenty-four hours of Jesus's life, set a record for the largest ticket sales for an opening weekend. It shows that the

spirituality, history, and traditions of Jesus are definitely in popular culture. A variety of Jesus themes, in the news, in music and film, in tattoos, as well as in Christian .television broadcasting, are perhaps the most obvious examples of this

Everson, Eva Marie; Everson, Jessica. Sex, lies, and the media. Colorado Springs,.٥٢ .Colo.: Life Journey, ٢٠٠٥. ٢٥٣p

This book is an essential resource in helping your children develop healthy, godly attitudes toward sexuality in an age when sex is a marketing tool for everything from clothing to toothpaste. Gleaning from interviews with various youth culture authorities, movie reviewers, youth pastors from across the nation, and teens themselves, the authors have created an informative book to educate and help you guide your children through today's maze of sexual confusion. This book is peppered with statistics, teen language and context, and facts about the media's promotion of sexual freedom that destroys the sanctity that makes marital sex a special gift from .God

Faller, Stephen. Reality TV: theology in the video era. St. Louis, Mo.: Chalice Press,.٥٣ .٢٠٠٩. ١٠٥p

From the very beginning, the Christian church has been in dialogue with the contemporary culture. The idea that the Gospel is always a contextual proclamation, is always relevant, and speaks to all believers no matter what is happening in society is a core belief for Christians. "Reality TV: Theology in the Video Era" introduces readers to a new way of viewing this phenomenon and explores some of the most popular reality programs while seeking to understand video and media from a Christian perspective. The very nature of video and the way programs are made communicate

a set of values and presuppositions that define our postmodern society. Specifically articulating the theology of these images, Stephen Faller offers readers a deeper understanding of their prime time viewing. With discussion questions at the end of each chapter, "Reality TV" is perfect for any adult discussion group.

۵۴.Fārūqī, Aṯhar. Muslims and media images: news versus views. New Delhi: Oxford University Press, ۲۰۰۹. ۳۵۴ p.

"How does the media view Muslims, especially after ۹\۱۱? How far is the goal of pan-Islamism a part of popular Muslim consciousness? What are Indian Muslims doing to change distorted media images of themselves? The volume raises such questions and investigates the world of Muslims by focusing on issues like media representation, identity politics, and their relationships with civil society. With contributions from a range of media persons, scholars, and activists, it addresses these concerns from a multitude of perspectives. While examining Hindi, Urdu, and vernacular press, the essays also look into Hindi and regional language films from an analytical and gender-centric point of view. The essays further discuss the challenges and stereotypes the community is confronted with, particularly in the post ۹\۱۱ period. They underline the reasons behind increasing militancy and aggression. The volume also explores the contradictions within Muslim society as well as the tensions between Muslims and other cultures and communities." -- Publisher description.

Feijter, Ineke de. The art of dialogue: religion, communication and global media.۵۵
.culture. Munster: Lit, ۲۰۰۷. ۳۹۸p

Media and culture are deeply intertwined in contemporary society. Religions have problems relating to this media culture, which is shaped by media processes and conditioned by digital media and interactive forms of communication. Media set the agenda and they profoundly challenge religions, both with respect to their public communication, and their very existence and public relevance. People increasingly use media for shaping their religious identity and their search with respect to questions of ultimate meaning. Barely any theological studies exist that reflect on religious policies, and their subsequent praxis, in the field of communication. The author analyzes Christian policy views and identifies the main problems and .opportunities in relating to media culture

Ferre, John P. Channels of belief: religion and American commercial television..۵۶
.Ames, Iowa: Iowa State University Press, ۱۹۹۰. ۱۳۴p

Contents: Television drama as a sacred text\ Quentin J. Schultze--Religion on television\ Horace M. Newcomb--Television and public virtue\ Robert S. Alley--Network news coverage of religion\ Judith M. Buddenbaum --Religious television spots\ John P. Ferré --Religious watchdog groups and prime-time programming\ .Mark Fackler

Fioretti, Natascha [at al]. Islam and the Western world : the role of the media..۵۷
.Lugano: G. Casagrande, ۲۰۰۸. ۱۳۸ p

Subjects: Mass media -- Islamic countries – Congresses. Communication policy -- .Islamic countries -- Congresses

Islam and the world politics – Congresses

۵۸. Flesher, Paul Virgil McCracken; Torry, Robert. Film religion: an introduction. Nashville, TN: Abingdon Press, ۲۰۰۷. ۳۰۶p.

How major-release films use religion to tell stories and convey messages Focusing on American major-release films since World War II, the authors show how films use religious imagery, characters, and symbolism from primarily Christian, but also, Buddhist, Hindu, Jewish, and Islamic traditions. Ideal for classroom use, each chapter analyzes significant contextual issues through the lens of select films.

۵۹. Fortner, Robert S. Radio, morality, and culture: Britain, Canada, and the United States, ۱۹۱۹-۱۹۴۵. Carbondale : Southern Illinois University Press, ۲۰۰۵. ۲۴۶p.

This book examines the moral controversies surrounding radio's development during its formative years. In comparing the fledgling medium in Great Britain, Canada, and the United States, Robert S. Fortner documents how the church failed to participate in radio's moral development and instead engaged in internecine warfare over issues of legitimacy and orthodoxy.

The church was arguing about theological turf and dealing with internal disputes while radio policy was being developed and communications history was being written. Fortner reveals how the church, doomed to play little more than a bit part in the future of radio, eventually lost its voice altogether in the continuing development of electronic media. Fortner effectively synthesizes cultural history and theory, communication studies, and the role religious organizations played in shaping

the content and character of early radio. Geared to scholars of history, communications, and theology, Radio, Morality, and Cultureprovides a useful .resource for research, scholarship, and public policy

Fox, Richard. Critical reflections on religion and media in contemporary Bali. Boston:.۶۰ .Brill, ۲۰۱۱. ۳۳۹p

Contents: Religion, media, history --The past in the present?: a tale of bouquets and bombsites --Reframing the problem: mediating the recent history of 'the Balinese' --The subject of tolerance: televising 'the teachings of our religion' --Assume the position: performative style and the voice of authority --Substantial transmissions: religion and the idea of 'the old Javanese text' --Plus ça change-- from textual fetish to performative accomplishment --A dramatic performance: Mpu Kuturan and the .three sanctuaries --The complexity of the realm: chasing a traditional tale

Frankl, Razelle. Televangelism: the marketing of popular religion. Carbondale:.۶۱ .Southern Illinois University Press, ۱۹۸۷. ۲۰۴p

Contenets: pt. ۱. The concept of the electric church --Introduction to the electric church --Studies of the electric church --pt. ۲. The emergence of urban revivalism --The seeds of the electric church --Charles Grandison Finney and the ethos of revivalism --Dwight Moody and the organization of urban revivalism --Billy Sunday: businessman for the Lord --pt. ۳. The television industry and religious broadcasting --Television: institution for profit --Television imperatives and the electric church --pt. ۴. The electric church --The variety of

messages in the electric church --The uses of television --Fundraising: television's transformation of a ritual --Conclusion.

62.Gabig, Jack. Youth, religion film: an ethnographic study. [Steeple Bumpstead, Haverhill, Essex, U.K.]: YTC Press, 2007. 264p.

Much has been written in recent years about the relationship between young people and the influence of film on their developing worldview. However, precious little empirical research has been undertaken in this area. In this book, Jack Gabig presents his detailed and exhaustive research that will inform, inspire and challenge all who work with young people as well as those who are involved in the research of cultural studies. Dr Gabig presents an ethnographic study of young people in a particular US parish. Welding his findings with wider research into the genre of film, he explores how notions of identity and community are influenced, even forged, through interaction with the media of film. He details the manner in which language and behavior are shaped in friendship groups. Crucially, Dr Gabig shows how young Christians use film to find meaning and expression to their own faith and that of others.

63.Gardels, Nathan; Medavoy, Mike. American idol after Iraq: competing for hearts and minds in the global media age. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell, 2009. 170 p.

This little book explores the role of US media in foreign policy, not only at the present moment, but with an eye to the future. Written by a veteran Hollywood film executive and an internationally known columnist in foreign affairs, it explains

how American movies, TV shows, and pop music provide the images of America to the rest of the world, and the rest of the world to Americans; includes discussions of such issues as the cartoons of the Prophet Mohammed in Danish newspapers, Tibetan monks censored out of Chinese TV news reports only to show up on YouTube, and the Vatican's assault on the Da Vinci Code movie; and argues that Hollywood is a key player in the "deep coalition" required to support a "smart power" foreign policy and build a global cultural infrastructure that will make the world safe for .interdependence.--From publisher description

.Geaves, Ron. Aspects of Islam. London: Darton Longman Todd, ۲۰۰۵. ۲۶۴ p.۶۴

Contents: The Western media : a misrepresentation or a factual account?; Doctrine and architecture : manifestations of Tawhid; The Shari?a : the law of God or a cultural construct?; The Umma : an homogenous unity or deeply divided?; Martyrdom : the Shi?a doctrine of suffering opposed; To the Sunni doctrine of 'manifest success'; Sufism : an aberration or the voice of traditional Islam?; The prophet of God : human messenger or a manifestation of divine qualities?; Jihad : Islamic warfare or spiritual effort?; Muslim fundamentalism : a misnomer or the heart of the faith?; Muslim ?women : Islam's oppressed or victims of patriarchy

Geybels, Hans; Mels, Sara. Walrave, Michel. Faith and Media:Analysis of Faith and .۶۵ Media--Representation and Communication. Bruxelles; New York: P.I.E. Peter Lang, .۲۰۰۹. ۲۵۷p

In the past, ideologies and religions had a real impact on the media. In the current era of mass media and communication

strategies, perception takes priority over identity and new questions arise: how to introduce faith and religion in a pluralising and detraditionalising world? What possibilities are offered by the new media? How can technical innovations be incorporated in church communication? Following the conference Belief in the Media (April ٢٠٠٧), this publication focuses on the gap between the language of faith and the language of the general media. The different contributors analyse, from within -- but also from outside -- a church context, the historical changes and challenges the Catholic Church and other faiths and denominations face with regard to their social communication and media strategies. However it is not only the relationship of religious institutions with the media that is at stake, but also the way in which the media cover topics such as the Middle East, Muslim immigrant populations in Europe, and the World Youth Day. Journalists have to find new ways to get a grip on these .issues too

Goethals, Gregor T. The electronic golden calf: images, religion, and the making of.۶۶ .meaning. Cambridge, Mass.: Cowley Publications, ١٩٩٠. ٢٢٥p

Goethals, author of THE TV RITUAL: WORSHIP AT THE VIDEO ALTAR, argues persuasively that the sacramental impulse-the human attempt to render visible the invisible truths-has been exercised widely outside the church created images which define our world. Nightly news commentators speak with authority once reserved for priests. Sit-coms soap operas today perform the function once fulfilled by Greek myths medieval legends. This book asks the telling question: "How are the churches synagogues to respond to this challenge?" THE ELECTRONIC GOLDEN CALF explores the function of visual images in the Judeo-Christian

tradition-the debate over icons, the aesthetics of the Gothic period, the Reformation, modern art in America-to show how popular media today have taken over the public communication of shared beliefs. "Persuasively makes the argument that the popular media construct shape the images that constitute our life."--Sean Collins, National Public Radio. "A chilling, insightful analysis of television's construction of our sense of reality by a leading artist art critic."--Sallie McFague, Vanderbilt University.

۶۷. Grace,Pamela. The religious film: Christianity and the hagiopic. Oxford: Wiley-Blackwell, ۲۰۰۹. ۱۸۰p.

From The Gospel According to Matthew to Jesus Christ Superstar, from The Passion of Joan of Arc toThe Last Temptation of Christ and Jesus of Montreal, The Religious Film captures the glory, gore, and centrality of this important genre.

A short, accessible introduction to religious film, exploring the genre as spectacle, as musical, and as controversy

Examines the historical, cultural and critical background for religious films from the silent era through to the present day

Introduces the complexities and characteristics of this iconic genre of film, including common sounds and images, and the values that most traditional films of this kind uphold

۶۸. Gunter, Barrie; Viney, Rachel. Seeing is believing: religion and television in the ۱۹۹۰s. London: J. Libbey, c۱۹۹۴. ۱۳۴p.

Subjects: Television in religion--Great Britain; Religious broadcasting --Great Britain; Television -- Programmes (Broadcasting) -- Special subjects – Religion; Godsdienst;

.Radiodiffusion religieuse -- Grande-Bretagne

Hadden, Jeffrey K.; Shupe, Anson D. Televangelism, power, and politics on God’s .٦٩ .frontier. New York: H. Holt, ١٩٨٨. ٣٢٥p

Subjects: Television in religion --United States; Evangelistic work --United States --History --٢٠th century; Evangelists --United States; Evangelicalism --United States --History --٢٠th century; Fundamentalism; Conservatism --United States --History --٢٠th century; United States --Church history --٢٠th century; United States --Politics . and government

Hafez, Kai. Islam and the West in the mass media: fragmented images in a.٧٠ .globalizing world. Cresskill, NJ: Hampton Press, ٢٠٠٠. ٢٩٩p

Content: International news coverage and the problems of media globalization: in search of a "new global-local nexus"\ Kai Hafez; The Middle East and Islam in Western mass media: towards a comprehensive theory of foreign reporting\ Kai Hafez; Foreign policy, the media, and the western perception of the Middle East\ Jochen Hippler; Right-wing movements, Islam, and the media: the influence of the media on ethnic-religious integration in Europe\ Irmgard Pinn; The renewal of the global media debate : implications for the relationship between the West and the Islamic world\ Hamid Mowlana; The Euro-Iranian dialogue and the West in Iranian media: official, loyalist, and alternative views in the nineties\ Katajun Amirpur, Henner Fürtig and Javad Kooroshy; Islam and the West: perspectives from the Egyptian press, with particular emphasis on Islamist papers\ Walid M. Abdelnasser; Framing Islam: an analysis of newspaper

coverage of Islam in the British press\ Elizabeth Poole; Imbalances of Middle East coverage: a quantitative analysis of the German press\ Kai Hafez; Islam and the West: hostage to history?\ Majid Tehranian; Islamic fundamentalism and its image in the Western media: alternative views\ Olfat Hassan Agha; Islam as an ethnicity? the media's impact on misperceptions in the West\ Krista E. Wiegand; Can this image be saved? Arab-Americans and the media\ Orayb Aref Najjar; The rise and decline of opinion leaders : the changing image of the Middle East and Islam in German mass .media\ Kai Hafez, Karin Horner and Verena Klemm

Hailer, Gretchen; Pacatte, Rose. Media mindfulness: educating teens about faith.٧١ .and media. Winona, MN: Saint Mary's Press, ٢٠٠٧. ١٥٠p

Whether you are a Catholic high school teacher of any discipline, a catechist, or a youth minister, feel confident that you can educate teens in one of the most difficult yet crucial areas of their growth in faith. Beware! Sister Media and Sister Catechist have written an information-packed resource that also shares their sense of fun and exploration. you and your students might consider this study of Media Mindfulness to .be one of the most enjoyable and meaningful educational experiences in high school

Haskell, David M. Through a lens darkly: how the news media perceive and portray.٧٢ .evangelicals. Toronto: Clements Academic, ٢٠٠٩. ٢٨٩ p

Do journalists report more favourably on people that they like than on those they don't? Canada's evangelicals think so. For years, they've accused the country's news personnel of being

prejudiced against them both personally and in their coverage. However, up to now, the evangelicals' charge of media bias has never been empirically examined. This book puts that charge to the test. An in depth survey of national news personnel accompanied by an extensive, multi-year examination of news coverage reveals how Canada's journalists feel about evangelicals, how they report on evangelicals, and how and when their feelings influence their reporting. In the end, this book concludes when the beliefs and actions of Canadian evangelicals directly clash with the heart-felt convictions of Canadian national journalists, the journalists are willing to abandon their professional objectivity and slant their stories against their ideological .opponents

In addition, this book uses the media's treatment of evangelicals as a backdrop for the discussion of larger issues. How the media construct the news, how and why the media cover religion as they do, whether journalistic objectivity exists at all, and the affect media messages have on audiences is explored. Also, advice on how religious groups can overcome media bias is offered. As the first book to apply the tools of quantitative research to the topic of religion and the news in Canada, this book is groundbreaking. However, written with the lay reader in mind, the theoretical underpinnings of the work and methodologies used are presented in accessible, easy-to-understand terms. This book will be of interest to all member of the evangelical community, clergy and faith leaders, and scholars of religion or mass .communication

۷۳. Hendershot, Heather. Shaking the world for Jesus: media and conservative evangelical culture. Chicago: University of Chicago Press, ۲۰۰۴. ۲۵۶p

ص:۲۲۲

In ١٩٩٩, the Reverend Jerry Falwell outed Tinky-Winky, the purple character from TV'sTeletubbies. Events such as this reinforced in many quarters the common idea that evangelicals are reactionary, out of touch, and just plain paranoid. But reducing evangelicals to such caricatures does not help us understand their true spiritual and political agendas and the means they use to advance them.Shaking the World for Jesusmoves beyond sensationalism to consider how the evangelical movement has effectively targeted Americans--as both converts and consumers--since the ١٩٧٠s. Thousands of products promoting the Christian faith are sold to millions of consumers each year through the Web, mail order catalogs, and even national chains such as Kmart and Wal-Mart. Heather Hendershot explores in this book the vast industry of film, video, magazines, and kitsch that evangelicals use to spread their message. Focusing on the center of conservative evangelical culture--the white, middle-class Americans who can afford to buy "Christian lifestyle" products--she examines the industrial history of evangelist media, the curious subtleties of the products themselves, and their success in the religious and secular marketplace. To garner a wider audience, Hendershot argues, evangelicals have had to carefully temper their message. But in so doing, they have painted themselves into a corner. In the postwar years, evangelical media wore the message of salvation on its sleeve, but as the evangelical media industry has grown, many of its most popular products have been those with heavily diluted Christian messages. In the eyes of many followers, the evangelicals who purvey such products are sellouts--hucksters more interested in making money than spreading the

word of God. Working to understand evangelicalism rather than pass judgment on it, Shaking the

World for Jesusoffers a penetrating glim

.pse into a thriving religious phenomenon

Hill, George H. Airwaves to the soul: the influence and growth of religious.۷۴
.broadcasting in America. Saratoga, Calif.: R E Publishers, ۱۹۸۳. ۱۵۲p

Contenets: Early Pioneers; Electric Church in Hollywood; Black Gospel Trailblazers; Satellite Space Race; Religious Broadcasting Surveys; VIM Pay Versus Free Time Religious Broadcasting; APPENDIXES; Who Listens to Religious Broadcasts Anymore?; Religious Broadcasting in Southern California; Will Electric Church Replace ;?Traditional Worship

Hipps, Shane. Flickering pixels: how technology shapes your faith. Grand Rapids,.۷۵
.Mich.: Zondervan, ۲۰۰۹. ۱۹۸p

Flickering pixels are the tiny dots of light that make up the screens of life-from TVs to cell phones. They are nearly invisible, but they change us. In this provocative book, author Shane Hipps takes readers beneath the surface of things to see how the technologies we use end up using us. Not all is dire, however, as Hipps shows us that hidden things have far less power to shape us when they aren't hidden anymore. We are only puppets of our technology if we remain asleep. Flickering Pixels will wake us .up-and nothing will look the same again

Hipps, Shane. The hidden power of electronic culture: how media shapes faith, the.۷۶
.Gospel, and church. El Cajon, CA: Youth Specialties, ۲۰۰۶. ۱۷۶p

The Hidden Power of Electronic Culture helps the church navigate its challenges and opportunities in the context of our electronic culture. Author Shane Hipps interprets and explains

this culture, as well as the implications for our faith and the church. Providing both history and prophecy, The Hidden Power of Electronic Culture invites us to engage .new cultural realities while staying connected to our spiritual heritage

Hoover, Stewart M. Mass Media Religion: The Social Sources of the Electronic.٧٧ .Church. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, ١٩٨٨. ٢٥١p

Mass Media Religion considers and explores the implications of the evergrowing religious broadcasting media in terms of their social and political contexts. How does 'electronic church' broadcasting affect the way American culture deals with major problems of the day like racism, militarism, the drug crisis, the feminization of poverty and broader social change? The author reviews both the historical origins of fundamentalist and neo-evangelical responses to these crises of modernity and the historical development of the electronic church. He examines central institutions of the mass media religion -- such as the Christian Broadcasting Network -- in detail and includes a series of interviews with representative viewers, discussing their beliefs, experiences, worldviews, and the role electronic religion plays in other aspects of their lives. Finally, the development of the electronic church in its wider context and its implications for American culture in general are considered. The story of how the electronic church has become a social and cultural force of immense influence, Mass Media Religion is urgent reading for both professionals and students in .communication, religion, and political theory

.Hoover, Stewart M. Religion in the media age. London: Routledge, ٢٠٠٦. ٣٤١ p.٧٨

Late modernity has produced a marked turn away from

institutionalized religions towards more autonomous, individual forms of the search for spiritual meaning. Film, television, the music industry, and the internet are central to this process, cutting through the monolithic assertions of world religions and giving access to more diverse and fragmented ideals. While the volume and variety of information travelling through global media changes modes of religious thought and commitment, the human desire for spirituality also invigorates popular culture itself, recreating commodities--film blockbusters, world sport, popular music--as contexts for religious meaning. Looking at the everyday interaction of religion and media in our cultural lives, and using extensive empirical research into household media consumption, Religion in the Media Age is an exciting new assessment of the state of .modern religiosity

Hoover, Stewart M. Religion in the news: faith and journalism in American public.۷۹ .discourse. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, ۱۹۹۸. ۲۳۴p

Stewart M Hoover offers a cultural-historical analysis of the rise of religious stories in the media - the Islamic Revolution in Iran, televangelism and its scandals, the political agenda of the Evangelical New Right, to name but a few. The author's penetrating analysis brings into sharp focus: the relationship between religion and the news media, both in everyday practice and in the larger context of American public discourse; the place of religion in American life; the role of the media in cultural .discourse; and the prospects of institutional religion in the media age

Hoover, Stewart M.; Clark, Lynn Schofield. Practicing religion in the age of the.۸۰ ,media: explorations in media

.religion, and culture. New York: Columbia University Press, ٢٠٠٢. ٣٨٦p

Increasingly, the religious practices people engage in and the ways they talk about what is meaningful or sacred take place in the context of media culture -- in the realm .of the so-called secular

Focusing on this intersection of the sacred and the secular, this volume gathers together the work of media experts, religious historians, sociologists of religion, and authorities on American studies and art history. Topics range from Islam on the Internet to the quasi-religious practices of Elvis fans, from the uses of popular culture by the Salvation Army in its early years to the uses of interactive media technologies at the Simon Wiesenthal Center's Beit Hashoah Museum of Tolerance. The issues that the essays address include the public\private divide, the distinctions between the sacred and profane, and how to distinguish between the practices that may be .termed "religious" and those that may not

Hoover, Stewart M.; Emerich, Monica. Media, spiritualities, and social change.٨١ .London; New York: Continuum, ٢٠١١. ٢٧٢p

Groundbreaking study into the relationship between forms of spirituality, media and its effect on social reform. Stewart M. Hoover is the author of "Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse," among other books. He is professor of journalism and mass communication at the University of Colorado at Boulder. Subjects: Mass media-- Religious aspects; Mass media in religion; Religions– .Influence; Mass media– Influence; Social change

Hoover, Stewart M.; Kaneva, Nadia. Fundamentalisms and the Media. London:.٨٢ .Continuum, ٢٠٠٩. ٢٢٣p

The contributions to this volume represent the first effort to

look at 'fundamentalisms' and 'the media' together and address the resulting relations and interactions from critical perspectives of history, technology, .geography, and practice

Hoover, Stewart M; Lundby, Knut . Rethinking media, religion, and culture. London:.۸۳ .Sage, c۱۹۹۷. ۳۳۲ p

The growing connections between media, culture and religion are increasingly .evident in contemporary society, but until now have rarely been theoretically linked

The contributors to this volume effectively combine these areas into a coherent whole. The issues they examine include: the decline of religious institutions during the late twentieth century; the increasing autonomy and individualized practice of religion; and the surge of media and media-based icons that are often imbued with .religious qualities, and the ensuing effect on cultural practices

Horsfield, Peter G. Religious television: the American experience. New York:.۸۴ .Longman, ۱۹۸۴. ۱۹۷p

Contents: The emergence of religious television--The making of the monopoly--The electronic evangelists--Religious programs and television culture--The struggle within the churches--Research and religious television--The effects of paid-time religious programs on the structure of religious television--The size of the religious television audience--Characteristics of the religious television audience--Religious television and attitude change--Religious television and the local church--Religious television and American culture--The future of current trends--A strategy for the religious use of television

.

Horsfield, Peter G; Hess, Mary E; Medrano, Adán M. Belief in media: cultural.۸۵ perspectives on media and Christianity. Aldershot, Hants, England; Burlington, VT: .Ashgate, c۲۰۰۴. ۲۴۳ p

Most works on media developments and Christianity approach the subject from the perspective of the implications of new media technologies for traditional Christian practices or how churches can use new media to further their goals. The common framework of analysis is a 'given reality' of traditional institutional Christianity and how it interacts with, affects and is affected by media. Media are treated as a separate cultural reality.This book presents, in an accessible form, the new directions that approach the interaction of media and religion from a cultural perspective, and illustrates these new directions by a number of international and intercultural case studies and explorations. Looking at how global media are constructing cultural forms, structures and processes, the authors show how these have become the life out of which individual and social meaning is created and practiced.Examining how individuals create religious meaning by interacting with media of various kinds, crossing boundaries of traditional religious cultures and contemporary media cultures, this book reveals how Christian institutions are also defined in the process of .living culturally within their broader media context

Ibahrine, Mohammed . New media and neo-Islamism: new media's impact on the.۸۶ political culture in the Islamic world. Saarbrücken, Germany: VDM Verl. Müller, ۲۰۰۷. .۳۸۲p

,The book provides a comprehensive discussion of the nature

form and impact of the information and communication technologies in current times. It investigates the context, nature and outcomes of Islamists' use of the Internet, their experiences, challenges and innovations, providing a unique insight into the workings of new media and online politics in the Arab and Islamic countries. It considers how the political use of the Internet by Islamist groups has influenced the information flow, organization, recruitment and mobilization of activists, members and sympathizers. It also explores that different ways in which the Internet is employed, what communication tactics are used, their effectiveness to inform our understanding of political and social change in the Islamic world. The New Media and Neo-Islamism will be of interest to all those concerned with the new information and communication technologies and will be of value to students in politics, .communication, culture, sociological studies and Islam

Inbody, Tyron. Changing channels: the church and the television revolution. Dayton, .٨٧ .Ohio: Whaleprints, ١٩٩٠. ١٨١p

Contenets: Coke bottles, oxen and utopias\ Tyron Inbody--The place of television in the church's communication\ Quentin J. Schultze--Crunching the tradition: Christianity and television in historical perspective\ James D. Nelson--A new paradigm for interpreting the Bible on television\ Thomas E. Boomershine--Television as a medium for theology\ Tyron Inbody--Approaches to television in religious education\ Pamela Mitchell--The use of television by interpretive communities\ Kenneth Bedell--Television and the church's global mission\ Norman E. Thomas--Maintaining faith identity in a television culture: strategies of response for a people in exile\ Donald B. Rogers--Afterword\ Gregor Goethals

ص: ٢٣٠

.

Jaberg, Gene; Wargo, Louis G. The video pencil: cable communications for church.۸۸
.and community. Lanham, MD: University Press of America, ۱۹۸۰. ۱۴۷p

.Subjects: Television in religion --United States; Cable television --United States

Johnston, Robert K. Reel spirituality: theology and film in dialogue. Grand Rapids,.۸۹
.Mich.: Baker Academic, ۲۰۰۶. ۳۵۱p

Increasingly, thinking Christians are examining the influential role that movies play in our cultural dialogue. Reel Spirituality successfully heightens readers' sensitivity to the theological truths and statements about the human condition expressed through modern cinema. This second edition cites ۲۰۰ new movies and encourages readers to ponder movie themes that permeate our culture as well as motion pictures that have demonstrated power to shape our perceptions of everything from relationships and careers to good and evil. Reel Spirituality is the perfect catalyst for dialogue and discipleship among moviegoers, church-based study groups, and religious film and arts groups. The second edition cites an additional ۲۰۰ movies and includes new film .photos

Kabir, Nahid ; Institute of Muslim Minority Affairs. Representation of Islam and.۹۰
.Muslims in the Australian media. [S.l.]: Routledge\Taylor and Francis Group, ۲۰۰۶. ۳۲۸ p

This report explores how Muslim Australians believe that prevailing media attitudes towards them and their religion Islam disadvantages both socially and economically. The question of whether these beliefs of media bias are valid is investigated, and what causes Western media to villify Muslims

٩١. Kappeler, Warren Anthony. Communication habits for the pilgrim church: Vatican teaching on media and society. New York: Peter Lang, ٢٠٠٩. ٢٤٦p.

Communication has become an important theme and heuristic concept in practical theology for Roman Catholics during the ecumenical age. Communication Habits for the Pilgrim Church explains why the moral order is given priority in Vatican teaching about communication and the reasons for Catholic social teaching to make moral judgments about these new realities. Attention is given in the book to the historical context of Vatican Councils I and II. The first chapter shows that behind the pilgrim Church lies an emerging vision of the threefold ecclesial offices of priest, prophet, and king. Chapter two examines the text and context of the Second Vatican Council's pastoral decree "Inter Mirifica." Chapter three provides a documented history of the Vatican's Pontifical Council for Social Communication and its teachings. In chapter four we return to the threefold office and examine the contribution of Pope John Paul II. It includes an analysis of how the politics of the Magisterium shapes Catholic social teaching. Chapter five develops major tenets of a critical analysis of the communication of the post-Vatican II Church: attention is given to the discursive aspects of religious authority, argumentation, bureaucratization, and market culture. Chapter six takes a step toward examining the pragmatics of contemporary Vatican teaching. For Roman Catholic moral theology, religious ethics is now deeply concerned with providing moral teaching and guidance on ethical questions raised by the social conditions of globalization and media communication. Communication Habits for the Pilgrim Church concludes that there are three basic sociological and theological aspects of the pilgrim Church. These include a ritual

approach to religious communication, the generational experience of Catholics and their respective attitudes toward Church teaching, and the important link in the faith's .praxis between reflexivity and forming habits of communication

Karim, Karim H . Islamic peril: media and global violence. Montreal; New York: Black .۹۲ .Rose Books, ۲۰۰۰. ۲۰۴ p

Contents: Acknowledgments, Violence and the media, Jihad, Orientalist imaginaries, Assassins, kidnappers, hostages, The rites of reporting a hijacking, Dispatches from the Holy Land, Constructing a post-soviet threat, Returning to a millennial struggle, Covering conflicts in former communist territories, Towards informed and .conscientious reporting

Kelley, Mark. Engaging news media: a practical guide for people of faith..۹۳ .Cambridge, Mass.: Cowley Publications, ۲۰۰۶. ۱۶۸p

Engaging News Media is a book that explores the state of the news media and their audiences today, attempting to examine whether or not truth could be found, and if so, how people of faith and people in general might be more successful in extracting .it

Khiabany, Gholam. Iranian media: the paradox of modernity. New York: Routledge, .۹۴ .۲۰۱۰. ۲۵۱ p

The post-revolutionary state in Iran has tried to amalgamate 'Sharia with electricity' and modernity with what it considers as 'Islam'. While sympathetic to private capital, through quasi anti-capitalist politics, the state began to restrict market-relations, confiscate major assets of sections of the Iranian bourgeoisie, and nationalize major ,aspects of Iran's industry

including its communications system. Since the end of war with Iraq and the start of the process of 'reconstruction', market-driven development and economic policies .have been key aims of the state

This is a study of the Iranian media, particularly the press, under the Islamic Republic of Iran. It is an attempt to partially redress the balance of the absence of a critical examination of the media in the region as whole and in Iran in particular. It is organized around a number of interrelated themes which account for an important aspect of formation, development\ underdevelopment of the media in Iran, namely the interaction between revolution, state, religion, and economy. The main proposition of this study is that the nature of the Iranian media, especially that of the press, cannot be understood simply in terms of 'Islamic ideology' or the beloved dichotomy of modernization theory: modernity versus tradition. It questions the claims that the Iranian Revolution of ۱۹۷۹ and the formation of the Islamic Republic represent a distinctly new epoch in Iran's history and that of the Iranian media. It argues that while there have been some changes, the realities of the Iranian media cannot be explained by a simple reference to Islamic essence and tradition. Furthermore, it argues that understanding of the entanglement of change and continuity, expansion, and control, and the continuing role of the Iranian state remain .as crucial factors and as central as they have been

Kintz, Linda; Lesage, Julia. Media, culture, and the religious right. Minneapolis:.۹۵ .University of Minnesota Press, ۱۹۹۸. ۳۸۰p

The first comprehensive treatment of right-wing Christian media as a cultural phenomenon. As the religious right has

increased in both power and visibility, there has been a commensurate growth in the prominence of Christian media. This important and timely collection is the first to provide a broad overview of the organizations, history, and media influences of the Christian right. Here, the best minds in media studies, sociology, political science, religious studies, and gay and lesbian studies come together to paint a revealing .portrait of conservative Christian media today

Striving for analysis rather than accusation, the contributors examine both symbolic structures and institutions. They lay out the interlocking themes found repeatedly in conservative religious ideology and provide a specific critique of the ways the Christian right has utilized the mass media. The book presents case studies of media that bridge conservative religion, culture, and politics and offers a detailed analysis of the role of media in particular advocacy campaigns... Topics include: training films and videos used by the Christian Coalition; the ۷۰۰ Club as an example of the ideological operations of religious television; key figures like Rush Limbaugh and religious psychologist Dr. Dobson; cable and satellite broadcasting and other new technologies and alternative media; Christian video and radio; and media's effect on the organizing practices and political mobilization of the religious right. Several of the authors discuss the Internet, including newsgroups and listservs, as well as fax machines and other .emerging technologies employed by religious conservatives

Kuzma, Kay. Mending broken people: the vision, the lives, the blessings: the miracle.۹۶ .stories of ۳ ABN. Nampa, Idaho: Pacific Press Pub. Association, ۲۰۰۵. ۳۹۶p

Subjects: ۳ABN (Organization); Religious broadcasting; Television in religion; Radio in religion; Seventh-Day

.Adventists;Pentecostal Charismatic; Religious broadcasting; Performing Arts

Laguerre, Michel S. Network governance of global religions: Jerusalem, Rome, and.۹۷
.Mecca. New York: Routledge, ۲۰۱۱. ۱۴۴p

This study seeks to explain three models of network governance embedded in digital practices that the mainstream monotheistic religions'Judaism, Catholic Christianity, and Islam'have used to lead and manage the worldwide distribution of their local nodes, exploring the connection between network governance and its digital .embeddedness and showing how the latter enhances the performance of the former

Larsson, GoÌ̂ran. Muslims and the new media: historical and contemporary.۹۸
.debates. Farnham, Surrey; Burlington, Vt.: Ashgate, ۲۰۱۱

Contenes: Preface -- By way of introduction -- The print revolution -- motion picture - -From airwaves to satellite television --The invisible caller --Do not engage in .unnecessary chatting --The ultimate test

Lawler, James M. The God tube: uncovering the hidden spiritual message in pop.۹۹
.culture. Chicago: Open Court, ۲۰۰۹. ۲۵۶p

Beginning with The Simpsons and ending with The Da Vinci Code, the entertaining sections in this book uncover profound philosophical and religious ideas in pop culture. Each work covered contains a challenge to both standard religious orthodoxy and secular science. In The Simpsons Movie, although Homer must be dragged off his couch to church, he experiences a spiritual epiphany with an Inuit shaman woman. In the film of The Da Vinci Code, Robert Langdon proposes that “the

human is the divine." The author makes a striking case here for pop culture as a .hotbed of alternative thinking

Lim, Francis Khek Gee (editor). Mediating piety: technology and religion in.١٠٠ .contemporary Asia. Leiden; Boston: Brill, ٢٠٠٩. ٢۴٠p

Combining wide-ranging empirical investigations and sophisticated theoretical reflections, this book offers a comprehensive analysis on the interactions between religion and technology, thereby elucidating the complex relationships between .spirituality, social and identity formation, sovereignty and power

Linderman, Alf. The reception of religious television: social semeiology applied to.١٠١ an empirical case study. Uppsala: S. Academiae Ubsaliensis; Stockholm: Almqvist .Wiksell International, distributor, ١٩٩۶. ٢٢٩p

Subjects: Other South Africa (Television program); Television in religion; Television -- .Semiotics

Lochte, Robert H. Christian radio: the growth of a mainstream broadcasting force..١٠٢ .Jefferson, N.C.: McFarland Co., c٢٠٠۶. ٢١٢p

Religious programming has been on the airwaves since broadcasting began, but today it is one of the fastest growing categories in radio. This book examines the progression of Christian radio from its beginnings on tiny local stations (like WCAL from St. Olafs College in Minnesota) to its presence on network and satellite radio of today. The author notes the factors that brought Christian music into the mainstream and

discusses how network policies and regulations affected the development of Christian radio. Also considered are the changing demographics that have contributed to the success of Christian broadcasting. Major Christian networks and their evangelical missions are discussed, along with such programs A Money Minute, Life on the Edge and Focus on the Family, which offer practical topical advice for todays Christian. The .final chapter considers the future of Christian radio

Lyden, John. Film as religion: myths, morals, and rituals. New York: New York .۱۰۳ .University Press, c۲۰۰۳. ۲۸۹p

Choice outstanding Academic Title ۲۰۰۳ Film as Religionargues that popular films perform a religious function in our culture. Like more formal religious institutions, films can provide us with ways to view the world and values to confront it. Lyden contends that approaches which interpret films only ideologically or theologically miss the mark in understanding their appeal to viewers. He develops an alternative method which shows how films can be understood as representing a "religious" worldview in their own right. Lyden surveys the state of the study of religion and film, offering an overview of previous methods before presenting his own. Rather than seeking to uncover hidden meanings in film detectable only to scholars, Lyden emphasizes how film functions for its audiencesthe beliefs and values it conveys, and its ritual power to provide emotional catharsis. He includes a number of brief cases studies in which he applies this method to the study of film genresincluding westerns and action movies, children's films, and romantic comediesand individual films from The Godfather to E.T., showing how films can function religiously

ص:۲۳۸

.

Lyden, John. The Routledge companion to religion and film. London; New York:.۱۰۴
.Routledge, ۲۰۱۰. ۵۲۰p

The Routledge Companion to Religion and Film brings together a lively and experienced team of contributors to introduce students to the key topics in religion and film and to investigate the ways in which the exciting subject of religion and film is developing for more experienced scholars. Divided into four parts, the Companion :analyzes the history of the interaction of religion and film, through periods of censorship as well as appreciation of the mediumstudies religion-in-film, examining how the world's major religions, as well as Postcolonial, Japanese and New Religions, are depicted by and within filmsuses diverse methodologies to explore religion and film, such as psychoanalytical, theological and feminist approaches, and audience receptionanalyzes religious themes in film, including Redemption, the Demonic, Jesus or Christ Figures, Heroes and Superheroesconsiders films as diverse as The Passion of the Christ , The Matrix , Star Wars and Groundhog DayThis definitive Handbook provides an accessible resource to this emerging field and is an indispensable guide to .religion and film for students of Religion, Film Studies, and beyond

Lynch, Christopher Owen. Selling Catholicism: Bishop Sheen and the power of.۱۰۵
.television. Lexington: University Press of Kentucky, c۱۹۹۸. ۲۰۰p

When the popularity of Milton Berle's television show began to slip, Berle quipped, " ""At least I'm losing my ratings to God!"" He was referring to the popularity of ""Life Is Worth Living"" and its host, Bishop Fulton J. Sheen. The show aired from ۱۹۵۲ to ۱۹۵۷, ,and Sheen won an Emmy

beating competition that included Lucille Ball, Jimmy Durante, and Edward R. Murrow. What was the secret to Sheen's on-air success? Christopher Lynch examines how he reached a diverse audience by using television to synthesize traditional American Protestantism with a reassuring vision of Catholicism as patriotic and traditional. Sheen provided his viewers with a sense of stability by sentimentalizing the medieval world and holding it out as a model for contemporary society. Offering clear-cut moral direction in order to eliminate the anxiety of cultural change, he discussed topics ranging from the role of women to the perils of Communism. Sheen's rhetoric united both Protestant and Catholic audiences, reflecting -and forming- a vision of mainstream, postwar America. Lynch argues that Sheen's persuasive television presentations helped Catholics gain social acceptance and paved the way for religious ecumenism in America. Yet, Sheen's work also sowed the seeds for the crisis of competing ideologies in the modern American Catholic Church.

۱۰۶.Maddux, Kristy. The faithful citizen: popular Christian media and gendered civic identities. Waco, TX: Baylor University Press, c۲۰۱۰. ۲۷۱p.

For decades, American popular media have instructed audiences about their roles and significance in the public sphere. In The Faithful Citizen , rhetorical critic Kristy Maddux argues that popular Christian media not only communicate avenues for civic engagement but do so in profoundly gendered terms. Her detailed interrogation of popular Christian movies, books, and television showsthe Left Behind series, Mel Gibson's The Passion of the Christ, Amazing Grace , ۷th Heaven , and the blockbuster The Da Vinci Code exposes five competing models of how Christians should behave in the civic sphere as their gendered selves.

What emerges is a typology that insightfully reveals how these varying faith-based models of engagement uniquely shape public discourse and influence the larger .picture of contemporary politics

Marsden, Lee; Savigny, Heather. Media, religion and conflict. Farnham: Ashgate,.١٠٧ .c٢٠٠٩. ١۶٨ p

International relations as a discipline has largely ignored the role of religion in shaping international events. The growth of Islamist militancy, the increasing influence of the Christian Right on US foreign policy and George Bush's war on terror changed this for good. Now more than ever we need to analyze this change and consider how religion and the way it is represented affects international politics. Lee Marsden and Heather Savigny uniquely bring together some of the leading figures in the fields of 'politics and media', 'international relations and security' and 'international relations and religion', including freelance journalist and newspaper columnist Nick Cohen, the international authority on politics and religion Professor Jeffrey Haynes, and Professor Justin Lewis who has a number of BBC commissions under his belt. The volume offers a series of case studies reflecting on how the media covers religion as conflict within and between states. It challenges readers to critically examine how media reportage and commentary influences perceptions and responses to religion .and security

Masud, Enver. The war on Islam. New Delhi: Tara Press, ٢٠٠٧. ٣٠٧ p.١٠٨

In this fifth edition of The War on Islam, Enver Masud -- recipient of the Human Rights Foundation, ٢٠٠٢ Gold Award

provides valuable insights on the conflict between Islam and the West, beginning -- with the Gulf War of ۱۹۹۱ to Americas recent financial debacle stemming (in part) from Americas unnecessary wars. Impact International (England), in its review of The War on Islam, wrote, "Enver Masud gives example after example of disinformation and lies, cover-ups and double standards. The All India Conference of Intellectuals wrote, "the contents of the book are an eye opener. The U.S. based Muslim Observer wrote, "he brings balanced analysis of world affairs amidst the chaos of doctored evidence and complacent media. Mumia Abu Jamal, perhaps the best known Death-Row prisoner in the world," wrote, "his thoughts may prove valuable to thinking people in America. For those who seldom venture beyond mainstream news media, The War on Islam serves as a concise introduction to the wars for resources and markets which are likely to escalate in the future. Since its first release in ۲۰۰۰, ۱۰,۰۰۰ copies of The War on Islam have been sold, and ۱۹۰,۰۰۰ downloaded. More on the book at The Wisdom Fund (TWF.org) -- a nonprofit corporation founded by the author in ۱۹۹۵.

۱۰۹.Mathew, Thomas. The need for and relevance of media education in pastoral ministry. Delhi: Indian Society for Promoting Christian Knowledge, ۲۰۰۶. ۱۴۰p.

Subjects: Communication --Religious aspects –Christianity; Mass media --Religious aspects –Christianity; Mass media in religion. Social Science \ Media Studies; Language Arts Disciplines.

۱۱۰.Matlock, Mark. Wisdom on music, movies, and television. Grand Rapids MI: Zondervan, c۲۰۰۸. ۱۵۹p.

God created us to be creative, expressive people. That's what

so many people love about music, movies, and television---the chance to experience something creative or original. These things tell a story, and we love to feel like we're part of the story. But not everything out there is good to listen to or watch... It takes wisdom to know what to fill your mind with. This book won't tell you what you should not listen to or watch. Instead, this book is filled with principles to help you gain the wisdom needed to help you make wise choices about what you choose to be entertained by. In Wisdom On...Music, Movies Television, you'll: ⁕ Explore the reasons you watch, read, and listen ⁕ Discover the importance of creativity in God's plan for us ⁕ Understand more about Christianity and the media ⁕ Develop a worldview to help you make wise decisions After you read this book, you'll have a better understanding of why you watch and listen to the things you do, and you'll be able to discern what is .best for your own heart and soul

.May, John R. New image of religious film. Kansas City, MO: Sheed Ward, c۱۹۹۷. ۲۹۴p.۱۱۱

Contributors from richly diverse backgrounds explore a wide range of current issues concerning the interrelationship of religion and film. Contents: Approaches to film criticism\ Ambros Eichenberger -- Contemporary theories regarding the interpretation of religious film\ John R. May -- The "religious" in film: from King of kings to The fisher King \ Peter Hasenberg --Jesus on our screens \ Peter Malone -- The problem of evil in contemporary film \ Reinhold Zwick --The religious dimension in cinematic consciousness in postmodern culture \ Sylvain De Bleeckere --From Eve to the virgin and back again: the image of woman in contemporary

religious) film \ Diane Apostolos-Cappadona --Toward a theological interpretation) and reading of film: incarnation of the word of God, relation, image, word \ Joseph Marty --Theology, discernment and cinema \ Michael Paul Gallagher --Too beautiful to be untrue: toward a theology of film aesthetics \ Marjeet Verbeek --Film education in a Christian perspective: some contemporary approaches \ Henk Hoekstra --The role of film in personal religious growth \ Robert A. White --A methodology for finding the filmmaker's Weltanschauung in religious film \ Johan G. Hahn --India's cinema: home and world, the foci of religion \ Ray Kancharla --The religious film in Latin America \ José Tavares de Barros --Recent developments in the religious film in .Africa \ François Vokouma

May, John R.; Bird, Michael S. Religion in film. Knoxville: University of Tennessee .۱۱۲ .Press, ۱۹۸۲. ۲۵۷p

Contents: Film as hierophany\ Michael Bird-- Visual story and the religious interpretation of film\ John R. May-- Analogy of action in film\ Ernest Ferlita-- Cinematic transfigurations of Jesus\ Neil P. Hurley-- Demonic in American cinema\ John R. May-- Cinema, religion, and popular culture\ M. Darrol Bryant-- Film and the quest for meaning\ Ernest Ferlita -- Robert Altman\ William Parrill-- Ingmar Bergman\ Michael Bird-- Luis Buñuel\ Ernest Ferlita-- Charles Chaplin\ Neil P. Hurley-- Francis Coppola. Frederico Fellini\ John R. May-- Alfred Hitchcock\ Neil P. Hurley-- Claude Jutra\ Paul Tiessen-- Stanley Kubrick. Sam Peckinpah\ William Parrill-- Ken Russell\ Timonthy L. Suttor-- François Truffaut\ Bart Testa-- Lina Wertmuller\ Neil P. .Hurley

Mazur, Eric Michael. Encyclopedia of religion and film. Santa Barbara, Calif.: ABC-.۱۱۳ CLIO, ۲۰۱۱. ۴۲۶p

.

Technology has enabled films to reach much wider audiences, enabling today's viewers to access a dizzying number of films that employ diverse symbolism and communicate a vast array of viewpoints. Encyclopedia of Religion and Film will provide such an audience with the tools to begin their own exploration of the deeper meanings of these films and grasp the religious significance within.Organized alphabetically, this encyclopedia provides more than ۹۰ entries on the larger religious traditions, the major film-producing regions of the globe, the films that have stirred controversy, the most significant religious symbols, and the more important filmmakers. The included topics provide substantially more information on the intersection of religion and film than any of similar volumes currently available. While the emphasis is on the English-speaking world and the films produced therein, there is also substantial representation of non-English, non-Western film and filmmakers, .providing significant intercultural coverage to the topic

McNicholas, Anthony. Politics, religion and the press: Irish journalism in mid-.۱۱۴ .Victorian England. Oxford; New York: Peter Lang, ۲۰۰۷. ۳۷۰p

The decade of the ۱۸۶۰s was a turbulent period in Irish politics, both at home and abroad, and saw the rise and apparent failure of the separatist Fenian movement. In England, this period also witnessed the first realistic attempt at establishing a genuinely popular press amid Irish migrants to Britain. This was to be an ideological battle as both secular nationalists and the Roman Catholic Church, for their very distinct reasons, desperately wished to communicate with a reading public which owed its existence in large measure to the massive immigration of the years of the Famine. Based on

extensive archival research, this book provides the first serious study of the Irish press in Britain for any period, through a detailed analysis of three London newspapers, The Universal News (۱۸۶۰-۹), The Irish Liberator (۱۸۶۳-۴) and The Irish News (۱۸۶۷). In so doing, it provides us with a window onto the complex of relationships which shaped the lives of the migrants: with each other, with their English fellow Catholics, with the Catholic Church and with the state. A central .question for this press was how to reconcile the twin demands of faith and fatherland

Meyer, Birgit (editor). Aesthetic Formations: Media, Religion, and the Senses. New.۱۱۵ .York : Palgrave Macmillan, ۲۰۰۹. ۲۷۸p

The central theme of this volume is the incorporation of newly accessible mass media into practices of religious mediation in a variety of settings, including Pentecostal-charismatic churches and Islamic movements, and the use of religious forms and images in the sphere of radio and cinema. Based on a long-term cooperation, the contributors examine the role of religion and media in the emergence and sustenance of new 'aesthetic formations' that appeal to the body and the senses, and generate .new styles of binding and moods of belonging in our time

Meyer, Birgit; Moors, Annelies. Religion, media, and the public sphere..۱۱۶ Bloomington: Indiana University Press, ۲۰۰۶. ۳۲۵ p

one of those rare edited volumes that advances social thought as it provides ..." substantive religious and media ethnography that is good to think with." -- Dale ,Eickelman, Dartmouth CollegeIncreasingly, Pentecostal, Buddhist

Muslim, Jewish, Hindu, and indigenous movements all over the world make use of a great variety of modern mass media, both print and electronic. Through religious booklets, radio broadcasts, cassette tapes, television talk-shows, soap operas, and documentary film these movements address multiple publics and offer alternative forms of belonging, often in competition with the postcolonial nation-state. How have new practices of religious mediation transformed the public sphere? How has the adoption of new media impinged on religious experiences and notions of religious authority? Has neo-liberalism engendered a blurring of the boundaries between religion and entertainment? The vivid essays in this interdisciplinary volume combine rich empirical detail with theoretical reflection, offering new perspectives on a variety of media, genres, and religions.

۱۱۷. Miles, Margaret R. Seeing and believing: religion and values in the movies. Boston: Beacon Press, ۱۹۹۶. ۲۵۴p.

Any reader who thinks of films as mere entertainment will soon be disabused of that notion. Part I deals with religion in nine films, and Part II deals with race, gender, sexuality, and class in six films. The final chapter deals with the issue of the relationship of violence on the screen to violence in North American society. The appendix, which you may want to take a peek at first, outlines the questions that Miles addresses to each film in pursuing her cultural studies method of film analysis. The questions pertain to the film as cultural product, as text, and as cultural voice.

Attention to the cultural context certainly provides a broad and rich context for film interpretation. But Miles also sets an alien standard for a film to achieve in order to be culturally responsible. Miles expects films both to reflect and also to

reform the society in which they are produced. However, as art, films work indirectly, not creating in us an obligation to obey, but creating situations that project a spirit for our consideration. The goal of films is not to occupy a moral position, but to point in its direction. Miles is at her sharpest when she is looking for the cultural context and significance of the films she analyzes. She is both driven and helpful in her determination to see beyond the entertainment and production values of films to their ...role as catalysts for reflecting on religious and social values

Mitchell, Jolyon P. Media violence and Christian ethics. Cambridge; New York:.۱۱۸ .Cambridge University Press, ۲۰۰۷. ۳۲۹p

How can audiences interact creatively, wisely and peaceably with the many different forms of violence found throughout today's media? Suicide attacks, graphic executions and the horrors of war appear in news reports, films, websites, and even on mobile phones. One approach towards media violence is to attempt to protect viewers; another is to criticise journalists, editors, film-makers and their stories. In this book Jolyon Mitchell highlights Christianity's ambiguous relationship with media violence. He goes beyond debates about the effects of watching mediated violence to examine how audiences, producers and critics interact with news images, films, video-games and advertising. He argues that practices such as hospitality, friendship, witness and worship can provide the context where both spectacular and hidden violence can be remembered and reframed. This can help audiences to imagine how their own identities and communities can be based not upon violence, but upon a more lasting foundation of peace

ص:۲۴۸

Mitchell, Jolyon P.; Plate, S. Brent (editors). The religion and film reader. New York;.۱۱۹
.London: Routledge, ۲۰۰۷. ۴۷۰p

Edited by leading experts in the field, The Film and Religion Reader brings together the key writings in this exciting and dynamic discipline. In over sixty interviews, essays and reviews from numerous directors, film critics and scholars, this eagerly anticipated anthology offers the most complete survey of this emerging field to date. Film is now widely studied and researched in theology and religious studies departments, The Film and Religion Reader is therefore ideal for students and researchers, introduced and organized into the following thematic and chronological sections, each with an introduction by the editors: the dawn of cinema: adherents and detractors the birth of film theory: realism, formalism, and religious vision directors and critics: global perspectives ? African and Middle-Eastern perspectives; Asian and Australisian perspectives; European perspectives; South and North American perspectives theological and Biblicalapproaches to analysing film recent reflections on the relation between religion and film. This Reader brings together a huge amount of material in a student-friendly format and will be an invaluable resource for courses .within both theology and religious studies

Mitchell, Jolyon P; Marriage, Sophia. Mediating religion: conversations in media,.۱۲۰
.religion and culture. London: T T Clark, ۲۰۰۳. ۴۰۷p

This is the first book to bring together many aspects of the interplay between religion, media and culture from around the world in a single comprehensive study. Leading international scholars provide the most up-to-date findings in their fields, and in a readable and accessible way.۳۷ essays cover topics

including religion in the media age, popular broadcasting, communication theology, popular piety, film and religion, myth and ritual in cyberspace, music and religion, .communication ethics, and the nature of truth in media saturated cultures

Mohammadi, Ali. Islam encountering globalization. London; New York:.۱۲۱ .RoutledgeCurzon, ۲۰۰۲. ۲۴۲p

Contents: Islam encountering globalization: an introduction \ Mike Featherstone, West encountering Islam: Islamophobia reconsidered \ Fred Halliday, Muslim encounters with new media: towards an intercivilizational discourse on globality?\ Karim H. Karim, Reimagining the ummah? Information technology and the changing boundaries of political Islam \ Peter G. Mandaville, Islam and human rights in the age .of globalization \ Mahmood Monshipouri

Mohammadi, Ali. Small media, big revolution: communication, culture, and the.۱۲۲ .Iranian revolution. Minneapolis: University of Minnesota Press, c۱۹۹۴. ۲۲۵p

Contenets: I. Media, Modernization, and Mobilization: Theoretical Overview. ۱. Mighty Media, Big States, and Modernization: Big identity Crises. ۲. Small Media and Revolutionary Change: A New Model --II. The Political Economy of Media in Iran. ۳. Media and the State in Iranian History. ۴. Dependent Development and the Rise of Television --III. The Culture and Weapons of Opposition. ۵. Oppositions: Secular and Religious. ۶. Cultural Criticism, Secular and Religious. ۷. Language, Authority, and Ideology. ۸. The "Heavy Artillery": Small Media for a Big Revolution --IV. The Revolutionary Process. ۹. A Communication-based Narrative of the Revolution. ۱۰. The Islamic Republic and the

Process of Islamicization. ۱۱. A New Cultural Atmosphere --Conclusion: The Importance of the Iran Experience.

۱۲۳. Mohd, Yusof Hussain. Mass media in selected Muslim countries. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia, ۲۰۰۸. ۲۲۲p.

Contents: Mass media in Indonesia\ Che Mahzan Ahmad --Mass media in Peninsular Malaysia\ Mohd. Yusof Hussain --Mass media in Pakistan\ Nisar Ahmad Zuberi --Mass media in the Grand Maghrib, Morocco-Algeria-Tunisia\ Abderrahmane Azzi --Mass media the Sudan\ Mahmoud M. Galander.

۱۲۴. Mohd. Yusof Hussain (editor). Media Muslim society. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia, ۲۰۰۶. ۲۶۰p.

Contents: The Muslim society\ Jamil Farooqui --The practices and roles of communication in Islam\ Mohd. Yusof Hussain --Communication in the early Muslim society\ Mahmoud M. Galander --Media in traditional Malay society\ Mohd. Yusof Hussain and Amran Baharum --The Friday khutbah as a channel of Islamic communication in Muslim societies\ Mohd. Yusof Hussain --Issues in the print media in a colonized Muslim society, the case of the Malay world\ Che Mahzan Ahmad --Press practices in two independent Muslim societies, the case of Malaysia and Indonesia\ Che Mahzan Ahmad --Mass media and societal development\ Mohd. Yusof Hussain --The role of ulamas in influencing the mass media in the Malay Peninsula\ Mohd. Yusof Hussain --Freedom and control of the media in Malaysia\ Mohd. Safar Hashim --Living with global television in Peninsular Malaysia\ Mohd. Yusof Hussain

.Media effects on Muslim society\ Saodah Wok--

Mohd. Yusof Hussain; International Islamic University Malaysia. Communication in.۱۲۵
.Muslim nations. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia, ۲۰۰۸. ۲۶۱ p

Contents: The Muslim Nations: Past and Present, The Practices and Roles of Communication in the Early Muslim Nation, Mass Media System in Contemporary Pakistan: An Interpretive Profile, Media System in Brunei Darussalam, The Partnership Press in Malaysia, Preporod: Agent and Witness to Islamic Revival in Bosnia, Sabili: A Voice of Islam in Indonesia, Women Magazines in Malaysia, Communicating Islam Through Radio in Malaysia: The Case of Radio IKIM, Broadcasting Islam on Malaysian Televisions, Internet in Indonesia: A Discussion of ...Apa Kabar, Communicate Islam in Indonesia and Malaysia

Monroe, Shawnthea. Not-so-desperate: fantasy, fact, and faith on Wisteria Lane..۱۲۶
.Saint Louis, Mo.: Chalice Press, ۲۰۰۶. ۱۱۶p

Contents: Who do you say that I am? -- Is zero even a size? -- For better, for worse-- and for now -- Children, the perfect accessory -- Working girls -- Sex and the suburbs, or, Dance of the seven tank tops -- With friends like these -- As you have done to the least of these -- The gospel according to Mary Alice -- Judgment Day, or, ?Barbie does no damage

Morgan, David. Key words in religion, media and culture. New York, NY; London: .۱۲۷
.Routledge, ۲۰۰۸. ۲۴۰ p

From The Passion of the Christ to the presumed 'clash of civilizations', religion's role" in culture is increasingly

contested and mediated. Key Words in Religion, Media, and Culture is a welcome and interdisciplinary contribution that maps the territory for those who aim to make sense of it all. Highlighting the important concepts guiding state-of-the-art research into religion, media, and culture, this book is bound to become an important and frequently consulted resource among scholars both seasoned and new to the field.' - Lynn Schofield Clark, author of From Angels to Aliens: Teenagers, the Media, and the Supernatural and editor of Religion, Media, and the Marketplace 'David Morgan has assembled here a fine team of scholars to prove beyond a doubt that the intersections of religion, media, and culture constitute one of the most stimulating fields of inquiry around today. Definitions of religion and culture require renewed and robust readings in light of newer forms of (mass) mediation, and the contributors deliver the goods. This highly useful and theoretically sophisticated text will likely assume 'ritual' status in this emergent field.'- Rosalind I. J. Hackett , Distinguished Professor in the Humanities and Professor of Religious Studies, University of Tennessee, USA 'this volume is a major intervention in the literature on religion, media and culture. Drawing together leading international scholars, it offers a conceptual map of the field to which students, teachers and researchers will refer for many years to come. The publication of Key Words in Religion, Media and Culture is a significant moment in the formation of this area of study, and sets a standard for cross-disciplinary collaboration and theoretical and methodological sophistication for future work in this area to follow.'- Gordon Lynch , Professor in the Sociology of Religion, Birkbeck College, University of London, UK 'this book offers a range of refreshing essays on the relationships between media and religion. Its selected .keywords open doors to understanding contemporary society

ص:٢٥٣

The cultural perspectives on mediation and religious practices give some illuminating and surprising analyses.'- Knut Lundby , University of Oslo, Norway David Morgan is .Professor of Religion at Duke University

Morgan, David. The lure of images: a history of religion and visual media in.۱۲۸ .America. London ; New York : Routledge, ۲۰۰۷. ۳۰۸p

This is the history of the relationship between mass produced visual media and religion in the United States. It is a journey from the ۱۷۸۰s to the present - from early evangelical tracts to teenage witches and televangelists, and from illustrated books to contemporary cinema. David Morgan explores the cultural marketplace of public representation, showing how American religionists have made special use of visual media to instruct the public, to practice devotion and ritual, and to form children and converts. Examples include: studying Jesus as an American idol Jewish kitchens and Christian Parlors Billy Sunday and Buffy the Vampire Slayer Uncle Tom?s Cabin and the anti-slavery movement. This unique perspective reveals the importance of visual media to the construction and practice of sectarian and national community in a nation of immigrants old and new, and the tensions between the assimilation and the preservation of ethnic and racial identities. Aswell as the contribution of visual media to the religious life of Christians and Jews, Morgan shows how images have informed the perceptions and practices of other religions in America, including New Age, Buddhist and Hindu spirituality, and Mormonism, Native American Religions and the .Occult

Morris, Colin. God-in-a-box: Christian strategy in the television age. London:.۱۲۹ Hodder and Stoughton, ۱۹۸۴. ۲۳۸p

Subjects: Television in religion; Television broadcasting--Social aspects; Society--Role of television--Christian viewpoints.

۱۳۰. Muehlhoff, Tim; Lewis, Todd Vernon. Authentic communication: Christian speech engaging culture. Downers Grove, Ill.: IVP Academic, ۲۰۱۰. ۲۱۹p.

Part of the Christian Worldview Integration SeriesWhether setting about to love our neighbor, to settle a dispute, to share in the suffering of others or to speak up on behalf of the marginalized, we inevitably must engage in communication. And what could be more natural, more human, than communication?But we all learn quickly enough that good communication is not always natural. There is much to learn from Scripture and from the academic study of human communication. Tim Muehlhoff and Todd Lewis are able guides, aiding us in understanding the broad field of human communication in Christian perspective.Here they offer readers a vital assessment of the power of words, perspective-taking, persuasion and conflict management--all in an effort to improve our abilities to communicate forgiveness and shape the world we live in for the good. Special attention is focused on the place of Christians as counterpublics--those who offer alternative perspectives to the dominant voices in society.

۱۳۱. Mueller, Walt. I want to talk to my teen about movies, music more. Cincinnati, Ohio: Standard Pub., ۲۰۰۶. ۹۶p.

Parents often struggle with how to approach their teen and talk to them about such topics like sex, money, addictions or even just stuff going on in their everyday life but just can't find the way or the time to do it. This new series provides parents with a digest of key biblical principles regarding

.important topics and easy-to-follow plans for sharing them with their teens

Newman, Jay. Religion vs. television: competitors in cultural context. Westport,.۱۳۲
.Conn.; London: Praeger, ۱۹۹۶. ۱۵۵p

Newman, a noted scholar in the field of philosophy of religion, theology, and mass communications theory, examines a cultural phenomenon of far-reaching .importance--the rivalry between religion and television as cultural influences

Nolan, Steve. Film, Lacan and the subject of religion: a psychoanalytic approach to.۱۳۳
.religious film analysis. London; New York: Continuum, c۲۰۰۹. ۲۱۹p

Contents: Part ۱ Current approaches to religious film analysis; ۱ Phenomenological interpretations: film as sacrament; ۲ Literary interpretations: film as visual story; ۳ Anthropological interpretations: film as religion; Part ۲ Representation in liturgy and film; ۴ Liturgical representation: 'others', narratives and ideological 'realities'; ۵ Cinematic representation: 'others', narratives and ideological 'realities'; Part ۳ What can film theory offer liturgy?; ۶ Cinematic identification: suture and narrative space; ۷ Suturing suture: joining the theory together; ۸ Suturing religious identity in the .sacramental narrative

Pak-shiraz, Nacim. Shi'i Islam in Iranian Cinema: Religion and Spirituality in Film..۱۳۴
.London: Tauris Academic Studies, ۲۰۱۱. ۲۸۸p

In recent years there has been a remarkable surge in Iranian films expressing contentious issues which would otherwise be

very difficult to discuss publicly inside the Islamic Republic of Iran - such as the role of clergy in Iranian society. Nacim Pak-Shiraz here highlights how many Iranian film directors concern themselves with the content of the religious and historical narratives of culture and society, sparking debate about the medium's compatibility or incongruity with religion and spirituality. She explores the various ways that Shi'i discourse emerges on screen, and offers groundbreaking insights into both the role of film in Iranian culture and society, and how it has become a medium for exploring what it means to be Iranian and Muslim after thirty years of Islamic rule. This is invaluable reading students and scholars of Film Studies and contemporary Iranian .cinema, but also of the culture and identity of Iran more widely

Palakeel, Joseph. The Bible and the technologies of the word. Bangalore: Asian.۱۳۵ .Trading Corp., ۲۰۰۷. ۳۱۰p

Contents: The Bible and the communications media\ Patrick Meagher --God's Word in human words : interfaces between communication and the Bible\ Joseph Palakeel -- Shepherd and rock: revelation as symbolic self-communication of God\ Gaston Roberge --Performance criticism: a new methodology in biblical studies\ David Rhodes --Biblical storytelling and biblical scholarship\ Thomas E. Boomershine -- Prophetic communication: language, tools, techniques\ Sebastian Kizhakkeyil --How did Paul say what he said: an examination of his communication strategies\ Basilio G. Monteiro --Jesus, the perfect communicator\ Henry D'Souza --Parables of Jesus as a communication strategy\ Paul Savio Pudussery --Images in the Bible\ P. Solomon Raj --Biblical films: an overview and analysis\ Frank Brady --India efforts to communicate the Bible through audio visuals\ John Edappally --The Bible in songs and

.lyrics\ Pushpanjali Paul --The Bible and group media\ Fr. Anand

Patterson, Philip D. Stay tuned: what every parent should know about media..۱۳۶
.Webb City, Mo.: Covenant Pub., ۲۰۰۲. ۱۳۴p

In this book, Christian parents are guided through the landmines of the communication revolution and left with practical and Biblical suggestions on how to .make peace with the media in their homes

Petley, Julian; Ricahrdson, Robin. Pointing the Finger: Islam and Muslims in the.۱۳۷
.British Media. [S.l.]: Oneworld Pubns Ltd, ۲۰۱۱. ۳۵۲ p

Ever since ۹\۱۱, Muslims and Islam have dominated the headlines in the UK. With one leading newspaper describing the Muslim community as a troublesome minority, the media has often been accused of hostility. In this illuminating study, several leading commentators examine the phenomenon of Islamophobia and ask how to tackle it. Charting recent media controversies and including interviews from Muslim journalists, .this is a captivating insight into how Muslims are depicted in the West

Piatt, Christian. Lost: a search for meaning. Saint Louis, Mo.: Chalice Press, ۲۰۰۶..۱۳۸
.۱۱۹p

Lost: A search for Meaning" introduces readers to the Emmy Award-winning" television series "Lost" and discusses the theological topics the series suggests. Whether you watch "Lost" every week or have just been intrigued by friends' discussion of the mysteries show, Christian Piatt's comments about the show and its connections to church history and spiritual themes will spark your own reflections on the meaning of life, community, free will, destiny, and more. It

helps readers engage the many layers of meaning in the symbols and topics that the .series presents

Pintak, Larry. America, Islam and the war of ideas: reflections in a bloodshot lens..۱۳۹ .Cairo, Egypt: The American University in Cairo Press, ۲۰۰۶. ۳۷۴ p

There exists today a tragic rift between Americans and the world's Muslims. Each views the other with suspicion and anger. Yet in the immediate aftermath of ۹\۱۱, there was widespread sympathy for the U.S. in the great arc of Muslim nations from West Africa to Southeast Asia. This book explores what happened. It examines the disconnect that leads Americans and Muslims around the world to view the same words and images in fundamentally different ways. Partly a result of a centuries-old 'us' against 'them' dichotomy and an essential difference in worldview, the problem is exacerbated by an increasingly polarised media and by leaders on both sides who either don't understand or don't care what impact their words and policies have in the world at large. Journalist-scholar Lawrence Pintak, a former CBS News Middle East correspondent, argues that the Arab media revolution and the rise of "patriot-journalists" in the US marginalized voices of moderation, distorting perceptions on .both sides of the divide with potentially disastrous results

Pintak, Larry. Reflections in a bloodshot lens: America, Islam and the war of ideas..۱۴۰ .London; Ann Arbor, MI: Pluto, ۲۰۰۶. ۳۷۴ p

There exists today a tragic rift between Americans and the world's Muslims. Each views the other with suspicion and anger. Yet in the immediate aftermath of ۹\۱۱, there was widespread sympathy for the U.S. in the great arc of Muslim

nations from West Africa to Southeast Asia. This book explores what happened. It examines the disconnect that leads Americans and Muslims around the world to view the same words and images in fundamentally different ways. Partly a result of a centuries-old 'us' against 'them' dichotomy and an essential difference in worldview, the problem is exacerbated by an increasingly polarised media and by leaders on both sides who either don't understand or don't care what impact their words and policies have in the world at large. Journalist-scholar Lawrence Pintak, a former CBS News Middle East correspondent, argues that the Arab media revolution and the rise of "patriot-journalists" in the US marginalized voices of moderation, distorting perceptions on both sides of the divide with potentially disastrous results. Built on the author's extensive journalistic experience, the book is carefully grounded in contemporary academic scholarship -- including Orientalism, othering, worldview, media effects theory and framing theory, amongst others -- giving it broad appeal to policymakers, students of such fields as media studies, Middle East studies and .Islamic studies, and general current affairs readers

Plate, S. Brent (editor). Representing religion in world cinema: filmmaking,.١۴١ .mythmaking, culture making. New York : Palgrave Macmillan, ٢٠٠٣. ٢٧٢p

Religious traditions have provided a seemingly endless supply of subject matter for film, from the Ten Commandments to the Mahabharata. At the same time, film production has engendered new religious practices and has altered existing ones, from the cult following of The Rocky Horror Picture Show to the ٢٠٠١ Australian census in which ٧٠,٠٠٠ people indicated their religion to be "Jedi Knight." Representing Religion in World Cinema begins with these mutual transformations as the contributors query the two-way

interrelations between film and religion across cinemas of the world. Cross-cultural and interdisciplinary by nature, this collection by an international group of scholars draws on work from religious studies, film studies, and anthropology, as well as theoretical impulses in performance, gender, ethnicity, colonialism, and .postcolonialism

Poole, Elizabeth; Richardson, John E. Muslims and the news media. London ; New.۱۴۲ .York : I.B. Tauris, ۲۰۰۶. ۲۴۰p

Set in both British and international contexts, this text is designed as a comprehensive and critical textbook which clearly establishes the links between context, content, production and audiences. Looking closely at a wide range of journalistic genres the authors examine the influence of Muslims in the processes of news production, and the ways in which audiences, both Muslim and non-Muslim, consume this media. The book brings together different perspectives to provide insights into the .representation--and misrepresentation--of Islam and Muslims today

Poole, Elizabeth. Reporting Islam: Media Representations and British Muslims..۱۴۳ London; New York : I.B. Tauris; New York: In the United States of America and Canada .distributed by Palgrave Macmillan, ۲۰۰۲, ۲۹۸ p

It is a widely held view that, since the end of the Cold War, attention has focused on Islam as a central force of disruption within a New World Order. Nothing has heightened this more than the assault on the World Trade Center and Pentagon, and the reporting of these events. Reporting Islam is a timely contribution to this debate which looks at the ways in which Muslims are represented in the British news media. Elizabeth

Poole examines the claim that Muslims are universally demonized in the British press and comes to some illuminating conclusions. Reporting Islam is of great value to .students of media, cultural studies, Islamic studies and politics

Raja, John Joshva. Facing the reality of communication: culture, church, and.۱۴۴ .communication. Delhi: ISPCK, ۲۰۰۱. ۳۳۹p

Subjects: Communication --Religious aspects –Christianity; Christian education; Mass ;media in religion

Raja, John Joshva; Prabhakar, Samson. Introduction to communication and media.۱۴۵ .studies: a text book for theological students. Bangalore: BTESSC\SATHRI, ۲۰۰۶. ۴۴۶p

Contents: Understanding Communication Process; Communication as an Ongoing Process; Interpersonal Communication; Mass Communication; Humans The Animals that Speak; Visual Languages; Intersubjectivity; The Right to Public Communication for All; Interreligious Dialogue; Modern Means of Communication; Examples of Dialogue using the Modern Means; ii Broadcast Model; ii Interfaith Pals; The Interfaith Internet Community Action Network; Drama and Dance for Authentic Communication; Shannon and Weavers Noise Model; Newcombs ABX Model; Communication and Society; Mass Communication and Culture; Metaphors of Medias Role in Society; Limitations of These Analyses; Types of Media; Communication Religion and Theology; Theology and Communication; Communication and Ministry; Culture of Communication; Ministerial Communication; Communication and Mission; Mission in its Context; Communications and Media in the Church; Alternative Media for Harmony and

Reconciliation; Internet Mission and Ecumenism; Grasping the Technology and Culture of the Net; Bhakti and Relationship; Art of Critics; Imagination Aesthetics and Visual Hermeneutics; Dancing for Change; Dramaactivate; Media and Global Issues; a Background of Globalization of the Media; Church Technology and Alternative ...Humanity

Rajagopal, Arvind. Politics after television: religious nationalism and the reshaping.۱۴۶ of the Indian public. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press, c۲۰۰۱. .۳۹۳p

Winner of the ۲۰۰۳ Ananda Kentish Coomaraswamy Book Prize In January ۱۹۸۷, the Indian state-run television began broadcasting a Hindu epic in serial form, the Ramayan, to nationwide audiences, violating a decades-old taboo on religious partisanship. What resulted was the largest political campaign in post-independence times, around the symbol of Lord Ram, led by Hindu nationalists. The complexion of Indian politics was irrevocably changed thereafter. In this book, Arvind Rajagopal analyses this extraordinary series of events. While audiences may have thought they were harking back to an epic golden age, Hindu nationalist leaders were embracing the prospects of neoliberalism and globalisation. Television was the device that hinged these movements together, symbolising the new possibilities of politics, at once more inclusive and authoritarian. Simultaneously, this study examines how the larger historical context was woven into and changed the character of Hindu nationalism

ص:۲۶۳

.

Rane, Halim; Ewart, Jacqui; Abdalla, Mohamad. Islam and the Australian news.۱۴۷
.media. Carlton, Vic. : Melbourne University Press, ۲۰۱۰. ۲۵۹ p

Subjects: Islam - Press coverage – Australia. Islam in mass media - Australia. Islam and civil society – Australia. Mass media -Objectivity – Australia. Muslims - Australia – .Attitudes

Reynolds, John Mark; Overton, Roger. The new media frontier: blogging, vlogging,.۱۴۸
.and podcasting for Christ. Wheaton, Ill.: Crossway Books, ۲۰۰۸. ۲۵۴p

Experts survey the new media landscape and explore specific ways in which Christians can expand their ministry effectiveness and advance their worldview with discernment and grace. A recent Pew Study reports that only ۲٪ of America's twelve million bloggers claim "religion, spirituality or faith" as their main topic. This leaves a great mission field in cyberspace, say contributors to The New Media Frontier, because the latest forms of communication present so many opportunities to promote the cause of Christ in other topics and fields. Before blindly jumping in, however, Christians need to weigh the possibilities against the consequences, and .then proceed with the practical discernment and grace this book provides

With a foreword by national radio host Hugh Hewitt-who has been at the forefront of the new media movement among Christians-editors Roger Overton and John Mark Reynolds (along with an impressive list of other new media experts) survey the current landscape and explore specific areas in which God's people can creatively expand their reach to a lost world. By stressing the urgency for Christian involvement, unearthing the dangers, and advising readers on how to use this media with different audiences, this book equips believers to

.advance, demonstrate, and utilize the Christian worldview in this exciting realm

.Robertson, Charles Kevin. Religion as entertainment. New York: P. Lang, ۲۰۰۲. ۳۰۱p.۱۴۹

In this collection of essays, American religion is explored in terms of its interaction with an entertainment-focused culture. The first half of the book addresses questions of how religion actually fulfills an "entertaining" role in society, with specific chapters devoted to the issue of lay participation in faith communicities, the goals and impact of preaching, the rise of non-traditional religions and attraction of medication in recent years, and the question of whether bigger crowds is always better. The second half of the book focuses on how religion is treated in various entertainment media, including film, music, television, literature. In all this, it is hoped that the interested .student of faith and spirituality in culture will find food for thought and discussion

Rogers, Adrian. Family survival in an x-rated world : a practical program for .۱۵۰ guarding your heart and protecting your home. Nashville, Tenn.: Broadman Holman, .۲۰۰۵. ۱۷۹p

There is no doubt that there is a war for the morality of this culture being waged and the battle ground is the homes across this nation. No where is this more acutely felt than in the breakdown of the American family. Immorality of all shapes and sizes is available, affordable and is available anonymously to every household with a TV or computer. Every family needs an action plan to protect the heart of every member. Every father, mother, brother, and sister needs to make a faith covenant to keep their hearts and lives

pure. Respected and beloved Bible teacher Adrian Rogers will equip you to protect not only your home but also your heart and the hearts of your loved ones from the tidal .wave of decadence descending upon our neighborhoods today

Said, Edward W. Covering Islam: how the media and the experts determine how.۱۵۱ .we see the rest of the world. New York : Vintage Books, ۱۹۹۷. ۲۰۰ p

The author of Culture and Imperialism evaluates the American media's coverage of news stories about Islam and shows how misconceptions about the religion and .about the Middle East have been promoted

Salter, Darius. Preaching as art: biblical storytelling for a media generation. Kansas.۱۵۲ .City, Mo.: Beacon Hill Press of Kansas City, ۲۰۰۸. ۱۹۲p

This book provides ideas, illustrations, and media options to help pastors use the Bible's colorful imagery and literary brilliance to celebrate and share God's amazing story. Contents: Preaching as art --Preaching as biblical narrative --Preaching as iconic creativity --Preaching as irony --Preaching as cinematography --Preaching that .sees God

Schultze, Quentin J. Televangelism and American culture: the business of popular .۱۵۳ .religion. Grand Rapids, Mich.: Baker Book House, ۱۹۹۱. ۲۶۴p

Contenets: Introduction --Beyond the stereotypes --Faith in technology --The cults of personality --The lure of drama --The new sorcery --The greening of the gospel -- The evangelistic myth --The congregation as audience --redeeming the electronic church

.

۱۵۴. Schultze, Quentin J.; Woods, Robert (editors). Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication. Downers Grove, Ill. : IVP Academic, ۲۰۰۸. ۳۴۷p.

As long as there has been a church, there has been Christian communication-- "people of the book" bearing "the good news" from one place to another, persuading, teaching and even delighting an ever-broadening audience with the message of the gospel.Amid ongoing advances in technology and an ever-more-multicultural context, however, the time has come for a broad appraisal of the state of evangelical communications. Quentin Schultze and Robert H. Woods Jr. have assembled scholars from across the country to analyze and assess a wide range of media includingradiopopular musicworship music and mediatelevisionfilmperiodicals booksInternetchurch dramacomicsgaming theme parksad vertisingpublic relationsmerchandisingThese shifting media, and the communications enterprise as a whole, are put in cultural and ethical perspective. Also addressed are Catholic and Jewish perspectives on the state of religious media.This project is ongoing.

۱۵۵. Shandler, Jeffrey. Jews, God, and videotape: religion and media in America. New York : New York University Press, c۲۰۰۹. ۳۴۱p.

Engaging media has been an ongoing issue for American Jews, as it has been for other religious communities in the United States, for several generations.Jews, God, and Videotapeis a pioneering examination of the impact of new communications technologies and media practices on the

religious life of American Jewry over the past century. Shandler's examples range from early recordings of cantorial music to Hasidic outreach on the Internet. In between he explores mid-twentieth-century ecumenical radio and television broadcasting, video documentation of life cycle rituals, museum displays and tourist practices as means for engaging the Holocaust as a moral touchstone, and the role of mass-produced material culture in Jews' responses to the American celebration of Christmas. Shandler argues that the impact of these and other media on American Judaism is varied and extensive: they have challenged the role of clergy and transformed the nature of ritual; facilitated innovations in religious practice and scholarship, as well as efforts to maintain traditional observance and teachings; created venues for outreach, both to enhance relationships with non-Jewish neighbors and to promote greater religiosity among Jews; even redefined the notion of what might constitute a Jewish religious community or spiritual experience. AsJews, God, and Videotapedemonstrates, American Jews' experiences are emblematic of how religious communities' engagements with new media have .become central to defining religiosity in the modern age

Sider, E. Morris. Touching hearts on shores worldwide: sixty years of Gospel Tide .۱۵۶ .radio ministry. Chambersburg, PA: Gospel Tide Broadcasting Association, ۲۰۰۶. ۱۲۰p

Contents: A life devoted to ministry--Establishing a radio ministry--Continued improvement and expansion--Recent developments: North America--Recent developments: overseas--The Gospel Tide Hour Choir\ Nelson Byers--Reflections on

my radio experience\ Maurice Bender --The Trans World Radio connection\ David L. .Carlson--An album of letters

Sikand, Yoginder; Mishra, Avinash K. Indian mass media: prejudices against Dalits.۱۵۷ .and Muslims. Gurgaon: Hope India Publications, ۲۰۱۰. ۲۳۷p

Subjects: Prejudices in mass media; Mass media –India; Minorities in mass media; Islam in mass media; Mass media -- Social aspects – India; Dalits -- Crimes against – .India; Mass media and minorities – India; Muslims -- Crimes against -- India

Silk, Mark. Unsecular Media: Making News of Religion in America. Urbana:.۱۵۸ .University of Illinois Press, ۱۹۹۵. ۱۸۱p

Writing in the New York Times Magazine, Max Frankel characterized Unsecular Media as a book that "leaves you thinking about the saintly role that religion has acquired in our allegedly irreligious media".Mark Silk's book is the first to offer a comprehensive .description and analysis of how American news media cover religion

Singh, Nilesh Kumar. Religion, Media and Public Sphere. New Delhi: MD.۱۵۹ .Publications, ۲۰۰۹. ۲۹۹p

Religion, Media And Public Sphere are all interrelated. Religion is a belief that each and every person follows in one way or other according to their faith or ideal. Whereas media have a strong social and cultural impact upon society. It plays a crucial role in forming and reproducing the self-image of society. It possess ability to reach a wide audience with a strong and influential message. Television, Radio, Print Media and now a days

Internet these all are playing major role in formulating public opinion. Both of them are in close relationship with public sphere. The public sphere is the organized and conretized common space of agiven population. Public sphere connect people who are not in the same families, communities, and clubs-people who are not the same as each other. Therefore this book deals with these subjects, interrelationships in a .wider context and will be helpful for all knowledge seeking admirers of this topic

Sloan, William David. The media and religion in American history. Northport: Vision.۱۶۰
.press, ۲۰۰۰. ۲۹۳p

Contents: vangelism and the genesis of printing in America\ Julie Hedgepeth Williams --Puritans and freedom of expression\ Julie Hedgepeth Williams --Origins of the American newspaper\ Wm. David Sloan --Religion and colonial newspapers\ David Copeland --Evangelical origins of mass media in America\ David Paul Nord -- Origins of the Black press\ Bernell E. Tripp --Religious newspapers and antebellum reform\ Carol Sue Humphrey --Mass media and revivalism in the Gilded Age \ Bruce J. Evensen --Religion and western newspapers\ Kyle Huckins -- Founding of the Christian Science Monitor\ Julie Hedgepeth Williams -- Jewish contribution to American journalism\ Stephen J. Whitfield -- Evangelical origins of muckraking\ Bruce J. Evensen -- Religious roots of Sigma Delta Chi\ Judith M. Buddenbaum -- Journalists and the Great Monkey Trial\ Marvin N. Olasky -- Church and the debate over radio\ Robert S. Fortner -- Foundations of evangelical publishing\ Michael A. Longinow -- Protestant Press relations\ John P. Ferré -- National Courier, news, and religious ideology\ John D. Keeler, J. Douglas Tarpley, and Michael R. Smith

ص:۲۷۰

.

Stout, Daniel A ; Buddenbaum, Judith Mitchell. Religion and mass media: audiences.۱۶۱
.and adaptations. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, ۱۹۹۶. ۲۹۴p

Contents: Introduction: toward a synthesis of mass communication research and the sociology of religion\ Daniel A. Stout, Judith M. Buddenbaum --Religion and mass media use: a review of the mass communication and sociology literature\ Judith M. Buddenbaum, Daniel A. Stout --Catholicism, conscience, and censorship\ Ted G. Jelen --Mainline Protestants and the media\ Judith M. Buddenbaum --Evangelicals' uneasy alliance with the media\ Quentin J. Schultze --Fundamentalism and the media, ۱۹۳۰-۱۹۹۰\ Margaret Lamberts Bendroth --Protecting the family : Mormon teachings about mass media\ Daniel A. Stout --Religion, mass media, and tolerance for civil liberties\ Tony Rimmer --The role of religion in newspaper trust, subscribing, and use for political information\ Judith M. Buddenbaum --The role of religion in public attitudes toward religion news\ Judith M. Buddenbaum, Stewart M. Hoover --The passionate audience : community inscriptions of The last temptations of Christ\ Thomas R. Lindlof --Keeping the faith: the roles of selective exposure and avoidance in maintaining religious beliefs\ Sam G. McFarland --Diversity from within : an analysis of the impact of religious culture on media use and effective communication to women\ JoAnn Myer Valenti, Daniel A. Stout --Use of mass media for political information in a middletown Quaker meeting\ Judith M. Buddenbaum --How Mennonites use media in everyday life : preserving identity in a changing world\ Sharon Hartin Iorio --Rappin' for the Lord : the uses of gospel rap and contemporary music in Black religious communities\ Cheryl Renée Gooch --Mormons, mass media, and the interpretive audience\ Daniel .A. Stout, David W

ص:۲۷۱

Scott, Dennis G. Martin --Religion and the information society\ Jorge Reina Schement, .Hester C. Stephenson

Stout, Daniel A. (editor). Encyclopedia of religion, communication, and.۱۶۲ .media.London; New York: Routledge, ۲۰۰۶. ۴۶۷ p

Communication is at the heart of all religions. As an essential aspect of religion, communication occurs between believers, between religious leaders and followers, between proponents of different faiths, and even between practitioners and the deities. The desire to communicate with as well as convert others is also an aspect of some of the world's major religions. The Encyclopedia of Religion, Communication, and Media explores all forms of religious communication worldwide and historically, with a special emphasis on oral and written forms of communication. This A-Z organized reference work analyzes how and why the world's religions have used different means of communications through topics dealing with: - Theory and concepts in religious communication, including rhetoric, persuasion, performance, brainwashing, and more - Forms of verbal communication, such as chanting, speaking in tongues, preaching, or praying - Forms of written communication, such as religious texts,parables, mystical literature, and modern Christian publishing - Other forms of communication, including art, film, and sculpture - Religious communication in public life, from news coverage and political messages to media evangelism and the electronic church - Communication processes and their effects on religious communication, including non-sexist language, communication competence, or interfaith dialogue - Biographies of major religious communicators, including ,Muhammad, Jesus, Aristotle

ص:۲۷۲

Gandhi, and Martin Luther From the presence of religion on the internet to the effects of religious beliefs on popular advertising, communication and media are integral to religion and the expression of religious belief. With its international and multicultural coverage, this Encyclopedia is an essential and unique resource for scholars, students, as well as the general reader interested in religion, media, or .communications

Stout, Daniel A. The Routledge encyclopedia of religion, communication, and.۱۶۳ .media. New York : Routledge, ۲۰۱۰. ۴۸۸p

Communication is at the heart of all religions. As an essential aspect of religion, communication occurs between believers, between religious leaders and followers, between proponents of different faiths, and even between practitioners and the deities. The desire to communicate with as well as convert others is also an aspect of some of the world's major religions. The Encyclopedia of Religion, Communication, and Media explores all forms of religious communication worldwide and historically, with a special emphasis on oral and written forms of communication. This A-Z organized reference work analyzes how and why the world's religions have used :different means of communications through topics dealing with

Theory and concepts in religious communication, including rhetoric, persuasion, performance, brainwashing, and more

Forms of verbal communication, such as chanting, speaking in tongues, preaching, or praying

Forms of written communication, such as religious texts, parables, mystical literature, and modern Christian publishing

ص:۲۷۳

Other forms of communication, including art, film, and sculpture

Religious communication in public life, from news coverage and political messages to media evangelism and the electronic church

Communication processes and their effects on religious communication, including non-sexist language, communication competence, or interfaith dialogue

Biographies of major religious communicators, including Muhammad, Jesus, Aristotle, Gandhi, and Martin Luther

From the presence of religion on the internet to the effects of religious beliefs on popular advertising, communication and media are integral to religion and the expression of religious belief. With its international and multicultural coverage, this Encyclopedia is an essential and unique resource for scholars, students, as well as the .general reader interested in religion, media, or communications

Stout, Daniel A.; Buddenbaum, Judith M. Religion and Television: A Special Issue of .۱۶۴ .the Journal of Media and Religion. London: Routledge, ۲۰۰۳. ۶۲p

This special issue presents four articles on the topic of religion and television. The first article analyzes five of the highest-rated television dramas from the ۲۰۰۰-۲۰۰۱ season in terms of "faith-based" media literacy. It strives for a more systematic and conceptually sound critique that gets beyond the casual assessments frequently found in the popular press. The next article discusses The Simpsons and how it reflects a commitment to satirizing the pietistic and hypocritical elements of American religious expression, but does not attack the bases of American religious faiths. The third article looks to what Veggie Tales--a popular children's video series--presents

in terms of race, gender, and authority. The final article is about The X-Files a science fiction program that--on one level--is one of the most sophisticated treatments of religion in the history of television drama. Its ability to interweave complex issues regarding institutional religion and practice is deserving of attention from .researchers

Stout, Daniel A; Buddenbaum, Judith Mitchell. Religion and mass media: audiences.۱۶۵ .and adaptations. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, c۱۹۹۶. ۲۹۴ p

How do religious audiences react to and use the media? How do institutional religious influences and expectations affect how they experience media news and entertainment? Drawing on theory and empirical research, contributors to Religion and Mass Media explore these questions from Jewish, Roman Catholic, Evangelical, Protestant, Fundamentalist and Mormon audience perspectives. The book looks at recent theoretical developments in the sociology of religion and communication theory; offers an overview of specific religious beliefs; examines audience behaviour; and describes specific case studies including the use of gospel rap and contemporary .music in black religious communities

Strengholt, Jos M. Gospel in the air: ۵۰ years of Christian witness through radio in.۱۶۶ .the Arab world. Zoetermeer: Boekencentrum, ۲۰۰۸. ۹۶۲p

Contents: Introduction -- The Arab world : a political history -- The Arab world : languages and literacy-- The Arab world : Christianity -- The Arab world : radio -- Adventist World Radio (AWR) -- Eternal Love Winning Africa (ELWA) -- Trans World -- (Radio (TWR) -- Far East Broadcasting Association (FEBA

Family Radio (FR) -- International Broadcasting Association (IBRA) -- Bible Voice Broadcasting (BVB) -- Heralding Christ Hesus' Blessings (HCJB) -- Back to God HOUR (BTGH) -- Arab World Ministries (AWM) -- Near East Council of Churches (NECC) -- Gospel Missionary Union (GMU) -- Global Radio Outreach (GRO) -- The Arab world : .unity and variety of Christian broadcasting -- Christian witness in the Arab world

Sullivan, John. Communicating faith. Washington, D.C.: Catholic University of.١۶٧ .America Press, ٢٠١١. ۴٠٨p

Contents: From formation to the frontiers: the dialectic of Christian education\ John Sullivan --Forms of faith and forms of communication\ Jeff Astley--Communicating faith in the home: the pedagogical vocation of the Christian household in late modern society\ Clare Watkins--Communicating faith in the parish: maintaining a presence, care, and mission\ Atli Jónsson--Sacramental preparation: uneasy partnership\ Peter McGrail --Burning hearts: scripture and adult faith formation\ Stephen J. McKinney--Text and context: mediating the mission in Catholic schools\ John Sullivan--Challenges of postmodernity\ Ralph Gower--Communicating faith through religious education\ Stephen J. McKinney--Leadership and transmission: empowering witnesses: an Ignatian perspective\ Michael Edwards--Questioning for faith commitment\ Raymond Topley --Plasticity, piety, and polemics: communicating a faith tradition in higher education\ John Sullivan--Thick and thin: personal and communal dimensions of communicating faith\ Frederick D. Aquino--Windows into faith: theology and religious studies at the university\ Gavin D'Costa--Charism and context\ Frances Orchard--Communicating faith in Africa: yesterday and today\ Victorine Mansanga--Communicating faith in Ireland: from commitment through questioning to new

beginnings\ Gareth Byrne--Communicating the Catholic faith in the United States\ Merylann J. Schuttloffel--Communicating faith in contemporary Europe: dealing with language problems in and outside the church\ Lieven Boeve --"The attempt was all": the endeavor of aesthetics in the communication of faith\ David Torevell --Communicating faith and online learning\ Ros Stuart-Buttle--Education and religious .faith as a dance; Communicating faith and relating in love\ John Sullivan

Suman, Michael; UCLA Center for Communication Policy. Religion and prime time .۱۶۸ .television. Westport, Conn.: Praeger, ۱۹۹۷. ۱۷۴p

How is religion portrayed on prime time entertainment television and what effect does this have on our society? This book brings together the opinions of all the important factions involved in this important public policy debate, including religious figures (Christians, Jews, Muslims, Buddhists, and Freethinkers--liberal and conservative), academics, media critics and journalists, and representatives of the entertainment industry. The debate provides contrasting views on how much and what type of religion should be on entertainment television and what relationship this has with the health of our society. Many contributors also offer strategies for how to reform the present situation. This is an important work that delineates the debate for .the layperson as well as researchers, scholars, and policymakers

Sumiala-SeppaÌˆnen, Johanna; Lundby, Knut; Salokangas, Raimo. Implications of.۱۶۹ .the sacred in (post) modern media. GoÌˆteborg: Nordicom, ۲۰۰۶. ۲۷۴p

Subjects: Mass media --Moral and ethical aspects; Mass media --Religious aspects; ;Massenmedien; Postmoderne

religion; Business Economics; Business Ethics; Language Arts Disciplines – Journalism; Performing Arts; Social Science; Media Studies.

١٧٠.Swaim, Matt. Prayer in the digital age. Liguori, MO: Liguori Publications, ٢٠١١. ١۶٠p.

The digital age is an age of information overload. In this noisy, technology-driven world, full of important news and urgent messages, spending silent time in prayer can seem impossible. In his second book, Matt Swaim brings to light the obstacles to prayer inherent in our digitally connected culture and explores both the challenges and benefits of living the Christian life in the ٢١st century. Drawing on the spiritual wisdom of such masters as St. Ignatius of Loyola, St. Therese of Lisieux, and Venerable Pope John Paul II, Swaim provides practical suggestions for learning how to "unplug" and incorporate prayer into one's daily life.

١٧١.Thomas, Pradip N. Strong religion, zealous media: Christian fundamentalism and communication in India. Delhi; London: SAGE, ٢٠٠٨, ٢٠٠٨. ٢٠٧p

The first in-depth, cultural and social analysis of the growth of conservative forms of Christianity in India and the many ways in which these new churches use the media. Contenets: Section I: Locating the study -- Christian fundamentalism and other fundamentalisms -- Christian fundamentalism and the media -- Christianity in India -- Pentecostalism and neo-Pentecostalism : the global and the local -- Section II: Theory and concepts -- Bourdieu, Christianity, and mediated Christianity in India -- Section III: The cultural\media practices of Christian fundamentalism -- The changing nature of Christian broadcasting in India -- Cyber-contestations :

Christian and Hindu fundamentalisms on the web -- Benny Hinn's festival of blessings : the analysis of a Christian crusade in India -- Section IV: Towards another religious communication -- Communication and the search for inter-subjective futures.

۱۷۲. Varzi, Roxanne. Warring souls : youth, media, and martyrdom in post-revolution Iran. Durham : Duke University Press, ۲۰۰۶. ۲۹۰p.

With the first Fulbright grant for research in Iran to be awarded since the Iranian revolution in ۱۹۷۹, Roxanne Varzi returned to the country her family left before the Iran-Iraq war. Drawing on ethnographic research she conducted in Tehran between ۱۹۹۱ and ۲۰۰۰, she provides an eloquent account of the beliefs and experiences of young, middle-class, urban Iranians. As the first generation to have come of age entirely in the period since the founding of the Islamic Republic of Iran, twenty-something Iranians comprise a vital index of the success of the nation's Islamic Revolution. Varzi describes how, since ۱۹۷۹, the Iranian state has attempted to produce and enforce an Islamic public sphere by governing behavior and by manipulating images—particularly images related to religious martyrdom and the bloody war with Iraq during the ۱۹۸۰s—through films, murals, and television shows. Yet many of the young Iranians Varzi studied quietly resist the government's conflation of religious faith and political identity.

Highlighting trends that belie the government's claim that Islamic values have taken hold- including rising rates of suicide, drug use, and sex outside of marriage- Varzi argues that by concentrating on images and the performance of proper behavior, the government's campaign to produce model Islamic citizens has affected only the appearance of

religious orthodoxy, and that the strictly religious public sphere is partly a mirage masking a profound crisis of faith among many Iranians. Warring Souls is a powerful account of contemporary Iran made more vivid by Varzi's inclusion of excerpts from the diaries she maintained during her research and from journal entries written by Iranian university students with whom she formed a study group.

۱۷۳. Vries, Hent de; Weber, Samuel M. Religión and media. Stanford, Calif. : Stanford University Press; Cambridge: Cambridge University Press, ۲۰۰۱. ۶۴۹p.

The latter part of the twentieth century saw an explosion of new media that effected profound changes in human categories of communication. At the same time, a "return to religion" occurred on a global scale. The twenty-five contributors to this volume—who include such influential thinkers as Jacques Derrida, Jean-Luc Nancy, Talal Asad, and James Siegel—confront the conceptual, analytical, and empirical difficulties involved in addressing the complex relationship between religion and media.

The book's introductory section offers a prolegomenon to the multiple problems raised by an interdisciplinary approach to these multifaceted phenomena. The essays in the following part provide exemplary approaches to the historical and systematic background to the study of religion and media, ranging from the biblical prohibition of images and its modern counterparts, through theological discussion of imagery in Ignatius and Luther, to recent investigations into icons and images that "think" in Jean-Luc Marion and Gilles Deleuze. The third part presents case studies by anthropologists and scholars of comparative religion who deal with religion and media in Indonesia, India, Japan, South Africa, Venezuela,

Iran, Poland, Turkey, present-day Germany, and Australia. The book concludes with two remarkable documents: a chapter from Theodor W. Adorno's study of the relationship between religion and media in the context of political agitation (The Psychological Technique of Martin Luther Thomas' Radio Addresses) and a section from Niklas Luhmann's monumental Die Gesellschaft der Gesellschaft (Society as a .(Social System

Walton, Jonathan L. Watch this!: the ethics and aesthetics of black televangelism..۱۷۴ .New York: New York University Press, ۲۰۰۹. ۲۸۳p

Through their constant television broadcasts, mass video distributions, and printed publications, African American religious broadcasters have a seemingly ubiquitous presence in popular culture. They are on par with popular entertainers and athletes in the African American community as cultural icons even as they are criticized by others for taking advantage of the devout in order to subsidize their lavish lifestyles.For these reasons questions abound. Do televangelists proclaim the message of the gospel or a message of greed? Do they represent the "authentic" voice of the black church or the Christian Right in blackface? Does the phenomenon reflect orthodox "Christianity" or ethnocentric "Americaninity" wrapped in religious language?Watch This!seeks to move beyond such polarizing debates by critically delving into the dominant messages and aesthetic styles of African American televangelists and .evaluating their ethical implications

Ward, Pete. Gods Behaving Badly: Media, Religion, and Celebrity Culture. Waco, .۱۷۵ Tex.: Baylor University Press, ۲۰۱۱. ۱۶۰p

ص:۲۸۱

.

From Britney and Brangelina to Tiger Woods and Michael Jackson, Western society is obsessed with its American idols and gods of the red carpet. We worship their triumphs, judge their sins, and maintain vigil at their deaths. Can our fixation on and devotion to celebrity culture itself be considered a religion? If not, why do we use religious terminology to describe these stars and our actions towards them? Gods Behaving Badly examines the blurred boundary between popular culture and religionone that has given way to an often confounding fusion of the sacred and the profane. Flipping through pages of tabloid media and looking underneath the veil of Hollywood's glamour, Pete Ward exposes how, in its consumer life, Western society elevates celebrity to the theological and, in so doing, creates a new para-religion. Inevitably, whether despised or extolled, individual celebrities evoke public moral judgment, creating fertile ground for theological innovation. Plucked straight from the headlines, the narratives in Gods Behaving Badly give concrete evidence of how the religious themes of incarnation, revelation, sin, judgment, and redemption are all woven into narratives we construct about our most cherishedand most .villainizedpersonalities

Watkins, Gregory J. Teaching religion and film. Oxford: Oxford University Press, .۱۷۶ .c۲۰۰۸. ۳۰۹p

In a culture increasingly focused on visual media, students have learned not only to embrace multimedia presentations in the classroom, but to expect them. Such expectations are perhaps more prevalent in a field as dynamic and cross-disciplinary as religious studies, but the practice nevertheless poses some difficult educational issues -- the use of movies in academic coursework has far outpaced the scholarship on

teaching religion and film. What does it mean to utilize film in religious studies, and ?what are the best ways to do it

In Teaching Religion and Film, an interdisciplinary team of scholars thinks about the theoretical and pedagogical concerns involved with the intersection of film and religion in the classroom. They examine the use of film to teach specific religious traditions, religious theories, and perspectives on fundamental human values. Some instructors already teach some version of a film-and-religion course, and many have integrated film as an ancillary to achieving central course goals. This collection of essays helps them understand the field better and draws the sharp distinction between merely "watching movies" in the classroom and comprehending film in an .informed and critical way

Weintraub, Andrew N. Islam and popular culture in Indonesia and Malaysia..١٧٧
London : Routledge, ٢٠١١. ٢٧٢ p

Home to approximately one-fifth of the world's Muslim population, Indonesia and Malaysia are often overlooked or misrepresented in media discourses about Islam. Islam is a religion but there is also a popular culture, or popular cultures of Islam that are mass mediated, commercialized, pleasure-filled, humorous, and representative of large segments of society. During the last forty years, popular forms of Islam, targeted largely towards urbanized youth, have played a key role in the Islamisation of Indonesia and Malaysia. This book focuses on these forms and the accompanying practices of production, circulation, marketing, and consumption of Islam. Dispelling the notion that Islam is monolithic, militaristic, and primarily Middle Eastern, the book emphasizes its dynamic, contested, and performative nature in contemporary South East Asia. Written by leading scholars alongside media

figures, such as Rhoma Irama and Ishadi SK, the case studies although not focused on theology perse, illuminate how Muslims (and non-Muslims) in Indonesia and Malaysia make sense of their lives within an increasingly pervasive culture of Islamic .images, texts, film, songs, and narratives

Weisenfeld, Judith. Hollywood be they name: African American religion in.۱۷۸ .American film, ۱۹۲۹-۱۹۴۹. Berkeley: University of California Press, ۲۰۰۷. ۳۴۱p

From the earliest years of sound film in America, Hollywood studios and independent producers of "race films" for black audiences created stories featuring African American religious practices. In the first book to examine how the movies constructed images of African American religion, Judith Weisenfeld explores these cinematic representations and how they reflected and contributed to complicated discourses about race, the social and moral requirements of American citizenship, and the very nature of American identity. Drawing on such textual sources as studio production files, censorship records, and discussions and debates about religion and film in the black press, as well as providing close readings of films, this richly illustrated and meticulously researched book brings religious studies and film history together in .innovative ways

Winston, Diane H. Small screen, big picture: television and lived religion. Waco,.۱۷۹ .Tex.: Baylor University Press, ۲۰۰۹. ۵۲۷p

A pioneering study at the intersection of religion and media, "Small Screen, Big Picture" treats television as a virtual meeting place where Americans across racial, ethnic, economic and religious lines find instructive and inspirational

narratives. An interdisciplinary "tour de force," this book describes how television converts social concerns, cultural conundrums and metaphysical questions into stories that explore and even shape who we are and would like to be--the building blocks of religious speculation.

180. Woodard, Tommy. TV shows that teach: 100 TV moments to get teenagers talking. El Cajon, CA: Youth Specialties; Grand Rapids, MI: Zondervan, 2008. 239p.

Contents: Quick clip locator-by topic -- Quick clip locator-by Bible reference --The Gospel according to Earl --iTunes, Blockbuster, and Best Buy : oh my! --I thought you guys did skits...? --Were you desperate enough to use Desperate Housewives? --Stuff you may already know --What you'll find in each clip study --By the way ... we can't count!

181. Woods, Robert H.; Patton, Paul D. Prophetically Incorrect: A Christian Introduction to Media Criticism. Grand Rapids, Mich: Brazos, 2010. 182p.

The Bible includes prophetic speech and at times the church and its representatives are called to speak prophetically. But in our media-saturated age when many claim to speak for God, how can we evaluate the avalanche of supposedly prophetic speech? What does it mean to truly be prophetic? And when Christians should speak prophetically, how can they do so in a biblical and effective way? Using vivid examples, this book offers clear guidelines for creating, critiquing, and consuming popular media, as well as practical suggestions for faithful communication. It also helps readers think critically about communication technology. The book includes a foreword by Quentin Schultze and a preface by Clifford Christians

۱۸۲. World Islamic Popular Leadership. Towards an effective and influential Islamic information. [Tripoli] Libya: World Islamic Popular Leadership, ۲۰۰۰. ۵۱۱p.

Subjects: Communication --Religious aspects –Islam; Mass media --Religious aspects –Islam; Islam --Computer network resources.

۱۸۳. Wright, Melanie Jane. Religion and film : an introduction. London: I. B. Tauris, ۲۰۰۶. ۲۴۴p.

Studies of religion and film have long been dominated by the question of a film's fidelity to a religious text or worldview, or its value as a tool in ministry and mission. Religion and Film seeks to redress this balance, and will have strong appeal to students as well as general readers interested in all aspects of the inter-relationship of religion and the cinema. Drawing on cultural studies approaches, and focusing on such films as La Passion de Jeanne D'Arc, Lagaan, My Son the Fanatic, The Wicker Man and The Passion of the Christ, Melanie Wright looks at varied screen representations of religion; at films shaped by strong convictions about the place of religion in society; and at the roles that people play as consumers of film.

۱۸۴. Zaidi, Z. H.; Ray, Vanita. Media and communications in the Third World. New Delhi: Kanishka Publishers, Distributors, ۲۰۰۰. ۲۴۹p.

This book is Papers presented at a seminar organized by Academy of Third World Studies. Subjects: Communication --Social aspects --Developing countries; Mass media --Political aspects --Developing countries; Mass media --Religious aspects --Developing countries

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که مـا را در دستیـابی به این هـدف یـاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادنـد تقـدیر و تشـکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصـفهان -خیابان عبـدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شـهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹


مرکز تحقیقات رایانه‌ای
قائمیه
اصفهان
www
برای داشتن کتابخانه های‌تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net
www.Ghaemiyeh.org
www.Ghaemiyeh.ir
مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.
۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹